



**UNAPPEC**  
**UNIVERSIDAD APEC**

**Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales.**

**Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales.**

Trabajo de grado para optar por el título de  
**Licenciatura en Negocios Internacionales**

**Análisis de viabilidad de la comercialización de productos  
de belleza dominicanos en el Reino Unido.  
Caso: Clúster de productos de belleza dominicano, año  
2018.**

**Sustentantes:**

Elvis Rafael Durán González 2011-1492

Carlos Francisco Daniels 2013-2654

Yelitza Vianela Santana Ramírez 2015-1672

Año 2018

**Asesora:**

Niurka Beato Alba

Santo Domingo, D.N., República Dominicana

Noviembre de 2018

**Nota: “Los conceptos expuestos en esta  
investigación son de la exclusiva responsabilidad de  
su(s) autor(es)”.**

## **DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS**

## **Dedicatorias**

La presente tesis está dedicada a mis padres y abuelos, ya que gracias a ellos he logrado concluir mi carrera.

A mi padre Elvy Duran, por ser un gran ejemplo a seguir, por su gran amor incondicional y su educación flexible junto a grandes enseñanzas, de cómo guiarme a dar mis pasos durante la vida y este gran momento.

A mi madre Margarita González por el gran amor incondicional que nunca ha dejado de brindar y el gran apoyo que siempre ha dado al pasar el tiempo y de hacer de mí al igual que mi padre una gran persona.

A mi abuelo Luis Duran Inoa por sus palabras, compañía por su gran amor y brindarme el tiempo necesario para ver lo feliz que soy y como cumplo mis metas, a mi abuela/o María Beatriz guzmán, Rafael González y Lidia Candelario que aunque no estén físicamente con nosotros, dedico con gran amor mis tesis a ustedes, por ser pilares de mis padres, personas de bien y que ofrecen un gran amor incondicional.

A mis hermanas Valery Duran, Ana maría Duran, mi pareja Nairobi Reyes y a todas esas personas que aportaron un granito de arena en mi crecimiento, por creer en mí y los logros de estos objetivos y que son parte de esta gran meta.

**Elvis Rafael Duran González**

Este trabajo de investigación es dedicado a las personas que hicieron posible de alguna u otra manera que en la actualidad pueda ser presentado:

A Dios, porque todo obra para bien y porque todo te lo debo, gracias por tu amor incondicional hacia esta hija pecadora que siempre va a necesitar de ti

A mi madre Bernardina Ramirez, por ser el pilar de la educación primaria que no se da en las escuelas y universidades, sino en el hogar, por tu gran amor y tu esfuerzo los cuales forman parte importante de lo que soy.

A mi padre Raúl Santana, por ser un ejemplo a seguir y por las exigencias educativas que siempre me inculcó para ser una estudiante aplicada y dedicada

A mis hermanos Leidy Santana, Yojalvin Santana, Raúl Santana e Ingrid Santana y a mi pareja Gari Jerez, por creer en mí y en que puedo lograr todo lo que me proponga

Y por último a la Fundación San Pablo, por brindarme la oportunidad de desarrollar la carrera de Negocios Internacionales mediante el patrocinio de mis estudios en la Universidad Apec.

**Yelitza Vianela Santana Ramírez**

Mi tesis la dedico a mi Madre, Florinda Castillo, quien desde que tengo conocimiento ha apoyado todo a lo que me he dedicado y le he puesto esfuerzo. Sin ella, probablemente no hubiera pasado un segundo en la universidad y por ella me he dedicado a salir victorioso de este proceso académico.

**Carlos Francisco Daniels**

## **Agradecimientos**

Gracias a nuestra Universidad UNAPEC por ser el pilar de valores educativos los cuales nos forjan como estudiantes que en un futuro pueden representar tanto a la institución como a nuestro país. Así mismo, al Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales por la entrega mediante sus colaboradores docentes de conocimientos referentes a los negocios internacionales, a las metas educativas a largo plazo que obtuvimos en el transcurso de la carrera y sobre todo a la vida y al compañerismo, los cuales nos pueden llevar el éxito en un futuro no lejano.

También a nuestra profesora Niurka Beato Alba, quien nos educó con esfuerzo y dedicación para la elaboración de este proyecto de investigación, siempre estando dispuesta a colaborarnos con todo lo concerniente a la creación de un trabajo que cumpla con los estatutos establecidos por nuestra Universidad UNAPEC.

Por último, a la institución AIRD, por suministrar información relevante que ha hecho posible que este trabajo de investigación sea creado con fuentes actuales y referentes al clúster de belleza dominicano, por el cual nos enfocamos para el desarrollo de nuestro tema.

# TABLA DE CONTENIDOS

## INTRODUCCIÓN

### **Capítulo I. Generalidades del Comercio Internacional ..... 17**

Definición de Comercio Internacional.....	17
Teorías del Comercio Internacional.....	17
Teoría de la ventaja absoluta Adam Smith.....	17
Teoría de la ventaja comparativa David Ricardo .....	18
Teoría la información asimétrica de Joseph Stiglitz.....	18
Teoría de la economía internacional de Paul Krugman.....	19
Teoría Ventaja Competitiva de Michael Porter .....	20
Situación actual de comercio internacional.....	20

### **Capítulo II. Generalidades de los clústeres. .... 23**

Definición, importancia y características .....	23
Tipos de Clúster.....	24
Ventajas y limitaciones.....	25
Clústeres a nivel global.....	27
Clúster en República Dominicana (RD).....	30
Clúster de belleza en República Dominicana y su calidad.....	32
Estadísticas del clúster de belleza capilar .....	34

<b>Capítulo III. Aspectos elementales de los productos de belleza capilares y el mercado de Reino Unido.....</b>	<b>37</b>
Productos de belleza y su clasificación .....	37
Comercio Global de los productos de belleza capilares .....	38
Comercio Global de los productos de belleza capilares .....	41
Mercado de productos de belleza capilar en Reino Unido.....	41
Datos generales.....	41
Requisitos para exportar hacia Reino Unido.....	44
<b>Capítulo IV. Perfil de productos de belleza capilares .....</b>	<b>47</b>
Mercado interno de los productos de belleza capilares .....	47
Mercado externo de los productos de belleza capilares .....	48
Exportaciones de productos de belleza a nivel internacional.....	50
Precios nacionales e internacionales de productos de belleza capilares.....	52
Precios nacionales.....	53
Precios Internacionales .....	54
Costos de transportación.....	55
<b>Capítulo V- Reino Unido y República Dominicana, su relación comercial .....</b>	<b>57</b>
Cultura de negocios .....	57
PLECERTS Reino Unido .....	58

Análisis FODA del Reino Unido .....	68
PLECERTS República Dominicana .....	69
Análisis FODA de República Dominicana .....	82
Acuerdo EPA y su relación con República Dominicana y Reino Unido .....	83
Requisitos para la importación de productos de belleza capilares desde RD hacia el mercado europeo.....	84
AIRD- Asociaciones de Industrias de República Dominicana y el clúster de productos de belleza dominicano.....	85
PYMES y el aporte al clúster de belleza .....	86
<b>Capítulo VI. Aspectos metodológicos y análisis de resultado .....</b>	<b>91</b>
Tipo de investigación.....	91
Método de investigación .....	91
Investigación de campo: Encuesta.....	92
Resultados de la encuesta .....	92
Análisis de resultados.....	98
<b>Conclusión .....</b>	<b>99</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>101</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>102</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>108</b>

## **Tabla de ilustración**

Ilustración 1 Elaboración propia.....	25
Ilustración 2 Elaboración propia. Ventajas del Clúster. Fuente: Clusters. Equilibrando fuerzas evolutivas y constructivas. Örjan Sölvell. Año 2018 .....	26
Ilustración 3 Elaboración propia. Año 2018 .....	27
Ilustración 4 Sello de calidad de garantía. Fuente: AIRD .....	52
Ilustración 5 Elaboración propia. Fuente: Cei-RD Año 2018 .....	58
Ilustración 6 Elaboración propia Fuente: OEI. Año 2018 .....	77
Ilustración 7 Elaboración propia. Año 2018. Fuente: AIRD .....	86
Ilustración 8 Elaboración propia. Año 2018 .....	93
Ilustración 9 Elaboración propia. Año 2018 .....	93
Ilustración 10 Elaboración propia. Año 2018.....	94
Ilustración 11 Elaboración propia. Año 2018 .....	94
Ilustración 12 Elaboración propia. Año 2018.....	95
Ilustración 13 Elaboración propia. Año 2018.....	95
Ilustración 14 Elaboración propia. Año 2018.....	96
Ilustración 15 Elaboración propia. Año 2018.....	96
Ilustración 16 Elaboración propia. Año 2018.....	97
Ilustración 17 Elaboración propia. Año 2018 .....	97

## Índice de tablas

Tabla 1 Elaboración propia con datos del Consejo Nacional de Competitividad de RD.....	32
Tabla 2 Elaboración propia. Fuente: Dirección General de Aduanas DGA. Año 2018.....	35
Tabla 3 Elaboración propia. Fuente: Conocimiento empírico .....	38
Tabla 4 Elaboración propia. Fuente: Trademap Año 2018 .....	39
Tabla 5 Elaboración propia. Fuente: Trademap Año 2018 .....	40
Tabla 6 Elaboración propia. Fuente: Trademap. Año 2018.....	42
Tabla 7 Elaboración propia. Fuente: Trademap. Año 2018.....	43
Tabla 8 Elaboración propia. Fuente: DGA Año 2018.....	44
Tabla 9 Elaboración propia. Fuente: AIRD Año 2018 .....	47
Tabla 10 Elaboración propia. Fuente: (UNCOMTRADE, 2018) .....	48
Tabla 11 Elaboración propia. Fuente: (UNCOMTRADE, 2018).....	49
Tabla 12 Elaboración propia. Fuente: (UNCOMTRADE, 2018) .....	50
Tabla 13 Elaboración propia. Fuente: UNCOMTRADE .....	51
Tabla 14 Elaboración propia. Año 2018 .....	53
Tabla 16 Elaboración propia Año 2018 .....	54
Tabla 18 Elaboración propia. Fuente: (SANTANDERTRADE, 2018) .....	61
Tabla 19 Elaboración propia. Fuente: (SANTANDERTRADE, 2018).....	61
Tabla 20 Elaboración propia. Fuente: (UNIVERSIA, 2018).....	61
Tabla 21 Elaboración propia. Fuente: (UNIVERSIA, 2018) .....	62
Tabla 22 División territorial por macro región, región y provincia. Elaboración propia. Fuente: ONE Año 2016.....	70
Tabla 23 División territorial por macroregión, región y provincia. Elaboración propia. Fuente: ONE Año 2016.....	70

Tabla 24 División territorial por macrorregión, región y provincia. Elaboración propia. Fuente: ONE Año 2016.....	71
Tabla 25 Elaboración propia Fuente (CEI-RD, 2018).....	72
Tabla 26 Elaboración propia. Fuente: (CEI-RD, 2018) .....	73
Tabla 28 Elaboración propia. Fuente: Pew Research Center (El dinero, 2015) .	79
Tabla 26 Elaboración propia. Año 2018. Fuente: AIRD .....	87

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación sobre Análisis de viabilidad de la comercialización de productos de belleza dominicanos en el Reino Unido, caso de estudio el Clúster de productos de belleza dominicano, año 2018, espera visualizar producción y exportación de productos de belleza hacia el mercado europeo, específicamente el país seleccionado.

En un mundo cambiante, el comercio internacional exige un monitoreo permanente del comportamiento del mercado interno y exterior, para identificar la demanda y oferta de los países y su tendencia por las oportunidades a presentar.

En ese contexto, la belleza y el cuidado personal es un tema que prevalece en la sociedad que conlleva a que hombres y mujeres dispensen de tiempo y dinero en su imagen personal.

A partir de esas circunstancias, diversas empresas han creado productos para el cuidado e higiene propia, con una continua búsqueda de innovación y posicionamiento para la generación de riquezas y lograr una porción en el mercado, de manera que cada día puedan repensar más allá de su mercado nacional y lograr su posición a nivel internacional.

Todo esto se ve reflejado en República Dominicana, por el enfoque de varias empresas más el apoyo de instituciones gubernamentales, que han creado una asociación que busca generar, mantener y fidelizar sus marcas con las personas que realizan el consumo de estas. De aquí nace el clúster de belleza dominicano, el cual es auspiciado por la Asociación de Industrias Dominicana Inc. AIRD, con el propósito de garantizar la calidad de los productos que lo conforman y así diferenciarlo de los productos de belleza creados por empresas informales.

Fruto del Programa Innovación Industrial generado de esa visión, se logró caracterizar el sector de productos de belleza, alcanzando a contabilizarse un universo conformado por unas 150 PYMES distribuidas entre el sector formal e informal que producen una cifra de 2,985 empleos en el sector, con una facturación anual que ronda los 57,2 millones de dólares. Esas actividades desarrolladas por el Clúster de Productos de Belleza son programadas en el marco del Plan Estratégico y el trabajo conjunto de los empresarios participantes del clúster.

La importancia de que este trabajo de investigación proviene de cuán competitivo puede ser República Dominicana frente a otros países y en cualquier ámbito a desarrollar, como es en este caso el área de la belleza.

También de la fuerza de ventas que ejercen las empresas cuando se asocian, ya que generan economías de escala y en su mayoría, crean fidelidad de sus marcas, para el beneficio que le genera al país las exportaciones hacia otro destino y favorecer la balanza comercial reflejada en la balanza de pagos, generando mayor estabilidad en la economía dominicana.

Por su parte, Reino Unido por años ha trabajado para posicionar su economía entre las mejores globalmente hablando, por lo que ha despertado nuestro interés de analizar la viabilidad de su comercio, conformado por Escocia, Gales, Irlanda del Norte e Inglaterra, localidades que serán puntos de inicio al estudio de viabilidad de exportación por su mayor tamaño geográfico y poblacional.

Más por ser Reino Unido es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PIB, siendo el PIB per cápita un buen indicador del nivel de vida, que para el 2017, fue de 39.921\$ dólares, por lo que se encuentra en el puesto 25 de los 196 países del ranking de PIB per cápita.

Todo esto ha sido de motivación para realizar la presente investigación para delimitar la información obtenida nos planteamos el objetivo general de Demostrar que el Clúster dominicano de productos de belleza cumple con los requerimientos necesarios para la exportación de dichos productos hacia el Reino Unido y siendo los siguientes objetivos específico:

- Analizar el clúster dominicano de productos de belleza.
- Determinar los procedimientos y documentos requeridos por Reino Unido para exportar productos de belleza.
- Determinar los estándares de calidad establecidos por Reino Unido para los productos de belleza.
- Determinar el nivel de calidad de los productos del clúster dominicano de productos de belleza.

En esta investigación se integran seis capítulos, el primero incluye el tema sobre Generalidades del Comercio Internacional; el segundo, Infinitudes de los Clústeres; el tercero, aspectos elementales de los productos de belleza capilares y el mercado de Reino Unido, el cuarto sobre el Perfil de los productos de belleza capilares, el quinto Reino Unido y República Dominicana, su relación comercial y el sexto versa sobre aspectos metodológicos y análisis de resultados.

Además de la Conclusión y las Recomendaciones apoyadas en la investigación realizada y nuestros criterios planteados para las mejoras en el sector.

**CAPÍTULO I. GENERALIDADES DEL COMERCIO  
INTERNACIONAL**

# **Capítulo I. Generalidades del Comercio Internacional**

## **Definición de Comercio Internacional**

El comercio internacional se define como las transacciones que se realizan entre dos o más entidades que provienen de diferentes países. En ese intercambio se proveen operaciones de compraventa de bienes y servicios con la aplicación de disposiciones legales que poseen los países para regular el intercambio entre naciones.

Gracias a la globalización, el comercio internacional se ha desarrollado de forma positiva, tanto así que algunos países se han integrado con la creación de tratados comerciales bilaterales, multilaterales y regionales para incluir negocios con la técnica de ganar-ganar, así las empresas sean más competitivas operando con economías de escala.

## **Teorías del Comercio Internacional**

El desarrollo del comercio internacional ha causado que se realicen investigaciones por autores reconocidos que han permitido presentar cuán conveniente y beneficioso es para los países que deciden realizar este tipo de negocio. Sobre estos aspectos, algunos investigadores y economistas han presentado diferentes proposiciones sobre esta temática, que detallamos a continuación:

### **Teoría de la ventaja absoluta Adam Smith**

La teoría de la ventaja absoluta fue establecida por Adam Smith para indicar que los países que tendrán éxito en el comercio exterior serán aquellos que posean mayores producciones de un bien o servicio sin la necesidad de incurrir en altos costos de producción. Este logro será posible si esa producción se comercia con

aquel o aquellos países que tienen desventaja productiva. Señalar que dicha fabricación se le hace más costosa o arduo de realizar que comprársela a este país que posee la ventaja absoluta en la mencionada producción, es decir que, a partir de la teoría de la ventaja absoluta, Adam Smith demuestra que el comercio no es un juego de suma cero como habían sugerido previamente los autores mercantilistas. (Rubio, Neira, Jiménez, & Roca, 2004).

### **Teoría de la ventaja comparativa David Ricardo**

Esta teoría se encarga de darle seguimiento a la ventaja absoluta con el fin de indicar que el comercio internacional puede ser beneficioso para ambos países, en el sentido de que se puede comerciar con esta teoría comparativa.

Fue creada por David Ricardo, quien sugiere que un país y otro pueden obtener mutuo beneficio en las negociaciones que originen ya que, si un país no logra obtener la ventaja absoluta en la fabricación, al menos puede especializarse en aquellos bienes con los que se puede comparar a nivel de costos de producción.

La Teoría de la ventaja comparativa, argumenta la necesidad de que cada país se especialice en aquellos bienes o servicios para cuya elaboración y producción resultasen más eficientes. Con ello, enfatizaba el papel de la productividad en el desarrollo de las economías nacionales. (ECONOMIPEDIA, 2015).

### **Teoría la información asimétrica de Joseph Stiglitz**

La teoría del economista Joseph Stiglitz, Premio Nobel de Economía 2001, se basa en el estudio económico de los mercados suponiendo que el fracaso de muchas negociaciones se da cuando una de las partes carece de información respecto al producto o servicio que pretende comprar o vender, por tanto, la distribución de dicho bien no es eficiente. Sin embargo, es preciso destacar que, para Stiglitz, la

intervención del Estado en la economía no necesariamente conduce a resultados eficientes o, cuando menos, mejores que los alcanzados por el libre mercado. Stiglitz hace énfasis sobre el hecho de que el rango de acción gubernamental definitivamente debería ser mayor al que la escuela tradicional reconoce. (Cañas, 2013),

En definitiva, esta teoría arroja la recomendación de que se deben implementar estrategias comerciales que tengan que ver con el intercambio de información de los países más desarrollados hacia los menos desarrollados para así crear un comercio justo con relación al comercio internacional, así como los aspectos referido por Stiglitz sobre la globalización.

### **Teoría de la economía internacional de Paul Krugman**

Por su parte, el galardonado escritor ganador el Premio Nobel de Economía 2008, planteó que el comercio internacional explica por qué existe una competencia imperfecta y economías de escalas crecientes, y que la competencia monopolística implica que los países producen productos semejantes pero diferenciados, lo que explica claramente por el proceso de inversión de los países desarrollados y en vía desarrollo, los cuales a través de la economía de escala crean cierta desventaja frente a otros. Los países desarrollados al poseer grandes recursos y capital crean cierta ventaja ante los que están en vía de desarrollo. Hoy, como existe un comercio internacional más neoliberal, pero con ciertos requisitos y restricciones han creado un mercado que puede ser competitivo y/o sostenible a través del tiempo, por lo que, con esta teoría queda demostrado claramente que las barreras competitivas entre los países siempre existirán y dichas ventajas absolutas son poseídas por los países en desarrollo, los cuales poseen recursos y materia prima

para competir por encima de los que están tratando obtener ingresos a través de la exportación hacia mercados internacionales.

### **Teoría Ventaja Competitiva de Michael Porter**

La teoría de Michael Porter se fundamenta en la toma de decisiones ofensivas y defensivas para crear una posición de protección, con el propósito de hacer frente con éxito y generar un retorno sobre la inversión, ya que las estrategias genéricas de un negocio son un conjunto de estrategias competitivas que tienen como objetivo primordial el desarrollo total de la empresa.

La ventaja competitiva fue introducida por Porter esencialmente por el valor que una empresa es capaz de generar. El concepto valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y que el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación con los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que pueden compensar los precios más elevados.

### **Situación actual de comercio internacional**

El crecimiento del comercio internacional en el año 2017, según datos recopilados ha sido uno de los más sólidos, con aumentos y mejoras cada vez más. En el presente año 2018, es evidente que se está contribuyendo con la recuperación de la economía mundial, apoyando el crecimiento del PIB y la creación de empleos en todo el mundo, aún con riesgos que debemos enfrentar y considerar en el camino, unos más difíciles que otros, como el caso de una guerra, el colapso repentino de mercados financieros o desastres naturales de grandes proporciones; a todo esto, consideramos que el comercio puede seguir prosperando con una fuerza positiva a nivel mundial.

Según economistas de la OMC, se prevé que el comercio mundial de productos la mercancía siga experimentando un fuerte crecimiento en el 2018 y 2019, tras registrar en el 2017 su mayor aumento en 6 años, pero la continuidad de su expansión depende de que haya un sólido crecimiento económico mundial y de que los gobiernos apliquen políticas monetarias, fiscales y sobre todo comerciales adecuadas, ya que dicen que dependerá mucho de las decisiones políticas. (OMC, 2018)

La OMC pronostica un crecimiento del volumen del comercio de mercancías, medido por el promedio de las importaciones & exportaciones del 4.4% en el Q1 2018, cifra más o menos equiparable al crecimiento del 4.7% registrado en el 2017. Se prevé que se reduzca al 4.0% en el 2019, por debajo de la tasa media 4.8% registrada en el 1990, pero aún por encima de la media posterior a la crisis, del 3.0%, la relación entre el crecimiento del comercio y el crecimiento del PIB se mantendrá en 1.4 en el 2019, lo que supone una ligera disminución en comparación al 2017. (OMC, 2018)

La expectativa del comercio internacional apuntala en el fortalecimiento de las relaciones comerciales bilaterales y la tendencia a la diversificación de mercados razones que motivan a las empresas agruparse por sectores para fortalecerse entre sí y aprovechar las oportunidades de negocios internacionales donde se pueda intercambian bienes, servicios y capitales.

## **CAPÍTULO II. GENERALIDADES DE LOS CLÚSTERES.**

## **Capítulo II. Generalidades de los clústeres.**

### **Definición, importancia y características**

Un clúster es una concentración de empresas e instituciones que se encuentran localizadas en un espacio geográfico limitado y que comparten relaciones de interdependencia en torno a un negocio o cadena de valor común.

El término clúster nace del estudio realizado por Michael Porter, referente a la competitividad que presentan las empresas entre sí. De ahí Porter define el clúster como un conjunto de empresas que poseen características similares en cuanto a producción se refiere, y deciden unificarse para que dicha fabricación de materia prima o servicio sea más competitiva frente a los demás productos.

Entre algunas características se encuentran las siguientes:

- Empresas situadas en varios escalones de la cadena de valor. (IDEPA, 2018)
- Empresas productos de bienes y servicios complementarios. (IDEPA, 2018)
- Instituciones & organizaciones relacionadas: universidades, centro de investigación, agencias gubernamentales, etc. (IDEPA, 2018)

Este concepto se está volviendo común en todas las áreas comerciales. Es visto por el éxito que están obteniendo las empresas que se unen con el fin en común de obtener economías de escala de sus productos.

República Dominicana se ha unido a la causa, debido a la demanda que los consumidores exigen de sus productos y a la alta competencia generada por empresas que desean posicionarse como las primeras en satisfacer las

necesidades de sus clientes, por lo que se han creado clústeres para reforzar la calidad y la eficiencia en la venta del bien o servicio.

## **Tipos de Clúster**

Según algunos especialistas, se conocen tres tipos de clúster, que podemos especificar:

1. Clúster de alto rendimiento, identificado por un conjunto de herramientas para el procesamiento de datos para dar altas beneficios en cuanto a capacidad de cálculo.
2. Clúster de alta disponibilidad, cuyo objetivo es proveer el medio y la confiabilidad de la información.
3. Clúster de alta eficiencia, para ejecutar la mayor cantidad de tareas en el menor tiempo posible

Estos tipos de clústeres proviene de la actividad económica que desarrolla cada sector en un país, sea persona física o empresa combinando trabajos tecnológicos e innovadores, ampliamente estudiado por autores como Michael Porter, Christian Ketels y Göran Lindqvist, los cuales han desarrollado el clúster según actividades relacionadas a la tecnología e innovación.

Otros tipos de Clúster lo ha referido Niurka Beato, en su libro Apuntes sobre Comercio Internacional y Aduanas, publicado en el medio digital acento.com.do, que se detallan a continuación:

- 1) el Clúster del Conocimiento, por la creación o innovación de espacios para el intercambio de ideas, experiencias, acciones;
- 2) el Clúster Minero, por el nexo de empresas que combinan recursos tecnológicos, humanos y naturales para la extracción de minerales del ecosistema;
- 3) el Clúster de la Responsabilidad Social

Corporativa (RSC), por el soporte de adoptar estrategias culturales para el incremento de su competencia, 4) el Clúster de Movilidad y Logística, por la coordinación y enlace de empresas que realizan sus actividades en torno a la cadena de suministro y la cadena logística internacional. (Alba, 2014)

Los clústeres emanan de un conjunto económico que se nutre de actores para el desarrollo de las empresas que lo conforman:



### **Ilustración 1 Elaboración propia**

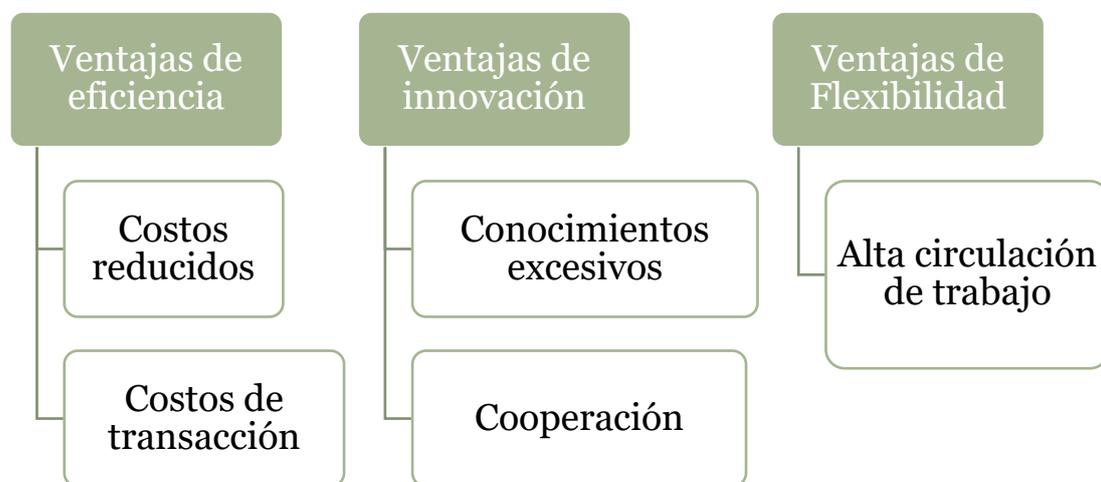
Estas entidades juegan un rol importante en cada proceso que se realiza con los clústeres donde su participación se fundamenta en un marco legal vigente, para el desarrollo del clúster por las vertientes unificadas para creación de nuevas ideas que puedan ser beneficiosas para el clúster por la colaboración y transferencia de información.

### **Ventajas y limitaciones**

El desarrollo que han tenido diversas empresas que forman parte de un clúster presentan beneficios que se generan y pueden medirse por ser más eficientes, flexibles e innovadores.

La disponibilidad de proveedores, mejoras en la colaboración, el intercambio de información y de conocimiento, disponer de recursos humanos especializados, el enlace con centros de formación y capacitación, el incremento del servicio eficiente y de la competitividad.

En la ilustración 2 se detallan a continuación se identifican los elementos que se integran en las ventajas:



**Ilustración 2** Elaboración propia. **Ventajas del Clúster.** Fuente: **Clusters. Equilibrando fuerzas evolutivas y constructivas. Örjan Sölvell. Año 2018**

La principal ventaja de los clústeres según el análisis es la contribución a la mejora de la ventaja competitiva que las empresas que lo componen, que a su vez contribuye a la mejora de la competitividad de la región en la que esta se sitúa.

Otras ventajas o beneficios que supone una empresa que forma parte de un clúster se incluyen:

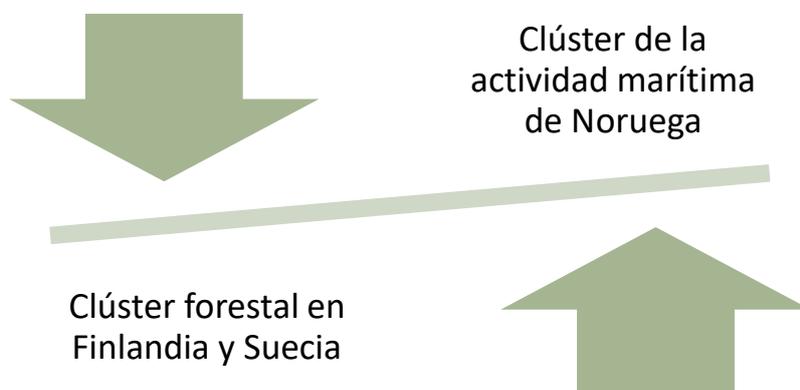
Desarrollo de una posición más competitiva, Acceso a mercado, Eficientizamos de los recursos de alto costo, Incremento de la innovación y desarrollo tecnológico, Realización conjunta de proyectos compartidos,

Creación de economías de concentración y de localización, Oportunidad de negocios y obtener provecho de esos recursos complementarios en la empresa y Creación y explotación de nuevos negocios (IDEPA, 2018)

Existen limitaciones que, según Hanna y Freeman, especialistas en estos temas pueden afectar el grado dinámico de un clúster en el desarrollo productivo.

### **Clústeres a nivel global**

A nivel internacional existen dos (2) casos de éxito con respecto al tema de clúster, que son:



#### **Ilustración 3 Elaboración propia. Año 2018**

Noruega posee la tercera flota mercante mundial y lleva a cabo el 15% del total mundial de actividades relacionadas con la exploración petrolera. Este país ha logrado este posicionamiento apoyado en institutos de investigación de renombre internacional que se destacan en los ámbitos de la economía del transporte marítimo, la tecnología aplicable y el desarrollo. Ha realizado eslabonamientos hacia adelante y hacia atrás con varias firmas importantes a nivel nacional y mundial. Han trabajado muy fuerte el tema de las innovaciones y el fortalecimiento y mejoramiento de sus actuales actividades, lo que les ha generado una diferenciación con sus competidores. La especialización ha sido otro de sus

principales factores de éxito, porque ha incursionado fuertemente en ciertos sectores donde sus competidores. (INSTITUTO NACIONAL DEL PETROLEO, 2008)

Los clústeres forestales de Finlandia y Suecia se constituyen en la mayor fuerza económica de sus países. El sector papel y el de la pasta se destacan como las principales industrias de este complejo. Finlandia ocupa el segundo lugar en el mundo en la exportación de papel y el cuarto lugar en la producción de pasta o pulpa (fibra de madera preparada para la producción de papel), mientras que Suecia ocupa el tercer lugar en ambos productos. (INSTITUTO NACIONAL DEL PETROLEO, 2008)

Su posicionamiento se ha dado por varios factores, tales como, las empresas de productos forestales de Finlandia se encuentran entre los principales fabricantes de nuevos productos como papel para imprimir, la realización de encadenamientos hacia delante con productos procesados ha sido de vital importancia, entre estos se destacan las maderas aserradas, los productos de madera para la construcción y para la elaboración de muebles, la pulpa y celulosa y los cartones y todo tipo de papel, de periódicos, de envoltorios, papel sanitario y papel gráfico. (INSTITUTO NACIONAL DEL PETROLEO, 2008)

El Clúster Industrial en Japón ha instalado el mayor número de PyME entre los países industrializados, además producen principalmente para exportar.

Entre los factores principales de la formación de los clústeres en Japón mencionados se pueden identificar los siguientes:

- 1) Condiciones y/o circunstancias históricas
- 2) Existencia de grandes ensambladores

- 3) Existencia previa de industrias relacionadas y de apoyo en la región
- 4) Existencia previa de industrias relacionadas y de apoyo en regiones vecinas
- 5) Amplio mercado laboral para trabajadores part-time
- 6) Reducción de costos de transporte
- 7) Políticas de gobierno regional
- 8) Transferencia de tecnologías

El surgimiento de los clústeres del Japón se relaciona a los ocho factores recién nombrados. Los clústeres industriales del Japón generan ventajas al apoyar a un gran número de oferentes con capacidades especializadas y al organizar estructuras de mercado que fomentan la relación inter firmas y que facilitan la transmisión de conocimiento entre firmas.

En el caso italiano han emergido varios clústeres circunscribiendo vestimentas de lujo, azulejos, muebles y maquinarias de embalaje. Al referirnos a la organización industrial del clúster, debemos mencionar que esta se encuentra basada principalmente en relaciones de subcontratación al interior de cadenas de producción verticalmente desintegradas. Este dinamismo de las PYME italianas, se debe en gran medida a un limitado número de compañías que fueron capaces de identificar mercados y productos, que han organizado y administrado relaciones con firmas e instituciones al interior y fuera del clúster.

Asimismo, existe también un gran número de clústeres regionales, combinando varias firmas que pertenecen a distintas industrias pero que desarrollan y utilizan tecnologías comunes o complementarias. Se debe señalar que se encuentran clústeres en diferentes industrias, y que estos por lo general, son heterogéneos en

tamaño y patrones de relación Inter firmas (algunas veces, comparten algunas características como el gran número de pequeñas y medianas empresas en ellos). Muchos de los clústeres muestran un alto rendimiento en términos de exportaciones. Estudios comparativos, dejan claro que la competitividad internacional de las industrias italianas coincide con industrias que tienen clústeres de pequeñas y medianas empresas en distritos industriales y redes regionales (Porter 1990).

A todo esto, los clústeres a nivel internacional han sido incorporado en diferentes países con una participación relevante para aglomerar empresas y lograr efectividad en sus objetivos propuestos.

### **Clúster en República Dominicana (RD).**

La modalidad de clústeres en República Dominicana ha surgido de grupos de empresas de un mismo sector, desde la manufactura de muebles, plásticos, construcción, calzados. En temas agrícolas, se ha aglomerado el café, aguacate, invernaderos, mango; y en servicios, los call centers y turismo. Para nuestro estudio de investigación, nos hemos enfocado en el Clústeres de Belleza.

A continuación, se presentan los clústeres registrados en República Dominicana:

Provincia	Proyectos	Sector
Azua	Proyecto 033-2 Clúster Turístico Bahía de Ocoa	Turismo
Bahoruco	Proyecto 007-2 Clúster Uva	Agropecuario
Barahona	Proyecto 013-1 Clúster Turístico Barahona	Turismo
Dajabón	Proyecto 041-2 Clúster Turístico de Dajabón	Turismo
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 001-1 Clúster Dominicano de Productos de Belleza	Manufactura
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 003-1 Clúster de Plásticos	Manufactura
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 009-1 Clúster Turístico	Turismo

Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 038-2 Clúster Dominicano de Papel	Manufactura
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 025-1 Clúster Software de la República Dominicana	Servicios
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 042-1 Clúster de Cine	Cultura
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 016-2 Clúster Dominicano de Productos de Limpieza	Manufactura
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 017-2 Clúster Dominicano de Molinería y Derivados	Manufactura
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 020-2 Clúster Mueble de la República Dominicana	Manufactura
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 039-2 Clúster Viveristas (Plantas Ornamentales)	Agropecuario
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 040-2 Clúster Ovino Caprino Agropecuario	Agropecuario
Distrito Nacional, Santo Domingo	Proyecto 029-1 Clúster Apícola Agropecuario	Agropecuario
Duarte -San Francisco de Macorís	Proyecto 043-2 Clúster Procesadores de Lácteos	Manufactura
Duarte -San Francisco de Macorís y Monte Plata	Proyecto 002-1 Clúster del Cacao y sus Derivados	Agropecuario
Espailat	Proyecto 008-2 Clúster Zapote	Agropecuario
Espailat	Proyecto 026-2 Clúster Ecoturístico	Turismo
Espailat	Proyecto 034-2 Clúster Calzado de Moca Manufactura	Manufactura
La Romana	Proyecto 037-1 Clúster Turístico Romana Bayahíbe	Turismo
La Vega	Proyecto 004-1 Clúster de Café de Jarabacoa	Agropecuario
La Vega	Proyecto 005-1 Clúster Hortofrutícola	Agropecuario
La Vega	Proyecto 006-1 Clúster de Invernadero de Jarabacoa	Turismo
La Vega	Proyecto 015-1 Clúster Turístico de Jarabacoa	Turismo
La Vega	Proyecto 022-1 Clúster Turístico de Constanza	Agropecuario
Monseñor Noel	Proyecto 031-2 Clúster Forestal Colinas Bajas Agropecuario	Turismo
Monte Cristi	Proyecto 010-1 Clúster Turístico Cultural de Monte Cristi	Turismo
Monte Plata	Proyecto 011-2 Clúster Fruta + Les de Monte Plata	Agropecuario
Monte Plata	Proyecto 012-2 Clúster Turístico de Monte Plata	Turismo

Peravia	Proyecto 018-1 Clúster de Mango de la República Dominicana (Bani - Azua - San Cristóbal)	Agropecuario
Puerto Plata	Proyecto 021-1 Clúster Turístico de Puerto Plata	Turismo
Puerto Plata	Proyecto 030-2 Clúster de Cacao de Altamira	Agropecuario
Samaná	Proyecto 023-1 Clúster Turístico de Samaná	Turismo
Samaná -María Trinidad Sánchez	Proyecto 033-1 Clúster de Coco	Agropecuario
San Cristóbal	Proyecto 019-1 Clúster de Aguacate de Cambita	Agropecuario
San José de Ocoa	Proyecto 036-2 Clúster Ecoturístico de San José de Ocoa	Turismo
Sánchez Ramírez	Proyecto 014-1 Conjunto Productivo de Piña	Agropecuario
Santiago	Proyecto 024-2 Clúster de Yuca de Villa González	Agropecuario
Santiago	Proyecto 028-2 Clúster Turístico de Santiago	Turismo
Valverde	Proyecto 027-2 Clúster de Molineros de Arroz del Noroeste	Manufactura

**Tabla 1 Elaboración propia con datos del Consejo Nacional de Competitividad de RD.**

Estas empresas se han agrupado para los trabajos que realizan, cuentan con el apoyo del Consejo Nacional de Competitividad, y desarrollan sus proyectos de los clústeres según el sector productivo en las diferentes provincias y municipios de República Dominicana, con el fin de ser más competitivos y eficientes frente a los demás países que comercializan los mismos productos con el resto del mundo.

### **Clúster de belleza en República Dominicana y su calidad.**

La demanda de los productos y los requerimientos internacionales ha motivado a los países a insertarse en los procesos para el cuantificar el gran negocio que hay detrás de los productos de belleza, especialmente en los capilares, los cuales las personas usan para lucir mejor y cuidar su cabello. La mayoría de estos productos capilares son de consumo por el sexo femenino, los cuales tienen una gran

demanda que son abastecida por la oferta en el mercado dominicano de productos de calidad.

De esa oferta producida en República Dominicana, se exportan productos cosméticos elaborados con insumos agrícola orgánicos, una forma de conectar la industria y la agricultura agregando valor en ambos sectores.

Por su parte, la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD), ha sido propulsora del clúster de belleza. Para puntualizar su posición, referimos las informaciones acopiadas de algunas fuentes, la AIRD afirmó que “el futuro del país depende de la agroindustria y los productos de belleza capilares ofrecen oportunidad para unir a ambos sectores”.

La AIRD, destacó que “hoy en día las personas buscan alternativas naturales para el cuidado de la piel y el cabello y, a nivel internacional existe una gran demanda de productos cuya materia prima sean orgánicos y aquellos que no utilizan químicos nocivos para la salud”. (GUZMAN, 2018)

El clúster dominicano de productos de belleza de la AIRD agrupa entre 45 y 50 empresas fabricantes de productos de belleza, cosméticos, cuidado personal y especialmente productos de belleza capilares.

Entre los fabricantes existentes en el país, podemos mencionar a:

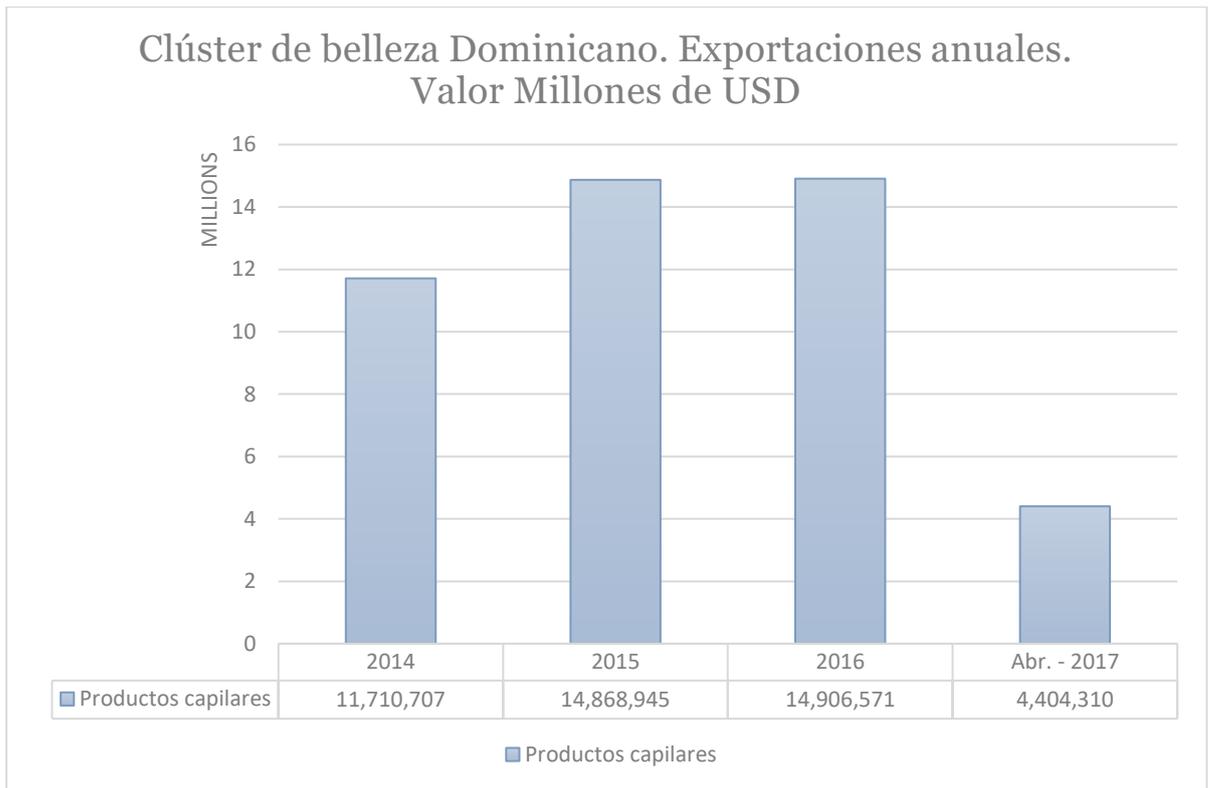
- ✓ Kapril Industrial,
- ✓ Nexxi,
- ✓ Laboratorio MK,
- ✓ Laboratorio E&M,
- ✓ Laboratorios Dr. Collado,
- ✓ La Cacica,
- ✓ Alopecil Corporación,
- ✓ Royste Laboratorios
- Chemprod SRL,
- ✓ Laboratorios Unión,
- ✓ Laboratorios Rivas,

El clúster de productos de belleza cuenta con un plan estratégico, fruto del trabajo de los empresarios principiantes que tiene por objetivo en general, contribuir a mejorar la competitividad del sector, desarrollando un modelo de negocios basado en la rapidez y flexibilidad del clúster de productos de belleza en la República Dominicana para que a futuro se cree gran impacto y aumente su comercialización mucho más de lo que se ha demostrado mientras cursen los años.

El plan tiene cinco líneas de actuación prioritaria, que son: Desarrollo de producto; Estrategias de proveedores; Mejora de procesos; Desarrollo de mercados; Internacionalización, conciliación y proyección del clúster. (POLANCO, 2018)

### **Estadísticas del clúster de belleza capilar**

Según las estadísticas provistas por la AIRD, el clúster de belleza de la República Dominicana presenta los siguientes niveles de exportación:



**Tabla 2 Elaboración propia. Fuente: Dirección General de Aduanas DGA. Año 2018**

La producción y exportación, conforme las informaciones investigadas, los US\$4,4 MM, están atribuidos a los productos capilares, los cuales lideraron su industria conformando un substancial 52,2% de las exportaciones totales entre enero y abril de 2017. (ALVAREZ, 2018)

En la gráfica vista se presentan los volúmenes de exportaciones de los productos de belleza capilares producidos y comercializados por las empresas que forman parte del clúster, los mismos, conforman alrededor del 54% promedio del total de las exportaciones anuales desde 2014, con tasas de crecimiento nominal de hasta 27,3% el año 2015. Se puede notar como los productos capilares (acondicionador, tratamiento, leave in, tinte, fijador, gel, etc.) son comercializados en el extranjero y tienen un gran impacto actualmente con tendencia creciente.

**CAPÍTULO III. ASPECTOS ELEMENTALES DE LOS  
PRODUCTOS DE BELLEZA CAPILARES Y EL MERCADO DE  
REINO UNIDO.**

## **Capítulo III. Aspectos elementales de los productos de belleza capilares y el mercado de Reino Unido.**

### **Productos de belleza y su clasificación**

Para muchas personas, los tratamientos capilares han dejado de ser una opción y han comenzado a convertirse en parte de su higiene del día a día en el cuidado capilar. En los últimos años, las peluquerías se han especializado considerablemente, y en la actualidad hay más productos de cabello capilar innovadores, que, así como los ojos y la piel es una extensión viva de nosotros que necesita cuidado, el cabello también necesita de atención y protección.

#### **La clasificación de los productos de belleza capilares:**

1. Aerosoles para dar color
2. Ampollas
3. Champú
4. Champús coloreados
5. Decolorantes de cabello
6. Geles
7. Gotas
8. Iluminador de cabello
9. Lacas
10. Laceadores/ Leave-In
11. Lociones tónicas
12. Mousse
13. Neutralizadores
14. Permanentes
15. Re acondicionadores/ Mascarillas
16. Tintes para el cabello

Estos productos capilares cada día han ido revolucionando el mundo de la belleza y cuidado capilar, que al pasar de los días se agregan a la lista, otras innovaciones con nuevas funciones y características.

De esta clasificación están los principales o conocidos como los tradicionales que mayormente se usan.

<b>Productos</b>	<b>Descripción</b>
Champú	Este primer paso en el cuidado del cabello, hecho para doble función: cuidar y nutrir el cabello tratado, protege el cuero cabelludo de cualquier tipo de daño causado por factores ambientales como el aire, viento, sol, cloro de las piscinas etc. factures de otros productos alisadores, como la plancha y secadores.
Acondicionadores, mascarillas	Paso obligatorio en todo tipo de cabello, sea tratado o no, que se remueve el exceso de grasa, sudoración y residuos de otros productos como crema de cabello, tratan el cabello en su totalidad y le da reparación a las puntas y si han sido sometidos a procesos de decoloración. Se usa en poca cantidad y el tiempo de duración es de 5 minutos.
Góticas	Se aplican cuando las puntas y la textura en general del cabello esta seca y apagada. Las góticas le brindan un humectación y brillo para que el cabello luzca más cuidado y vaya trabajando en lugares donde está afectado.
Leave-In	Trata el cuero cabelludo y el cabello en sí, puede usarse varias veces a la semana para darle más forma, textura y suavidad al cabello durante el día, brinda protección solar, alguno hasta están creados dependiendo el tipo de cabello que es: crespo, seco, lizo, sin hidratar., para uso y protección.
Ampollas	Se aplica una vez a la semana como paso final después del lavado, algunas se dejan y otras tienen un tiempo limitado en el cabello. Su uso es para el cuidado final del cabello, reparación de puntas y cuidado del cuero cabelludo, tanto en el interior de este como el exterior, fortaleciendo las hebras del cabello y volviéndolo a su estado más natural.

**Tabla 3 Elaboración propia. Fuente: Conocimiento empírico**

## **Comercio Global de los productos de belleza capilares**

A continuación, se presenta un cuadro, donde se refleja el desarrollo de la industria cosmética capilar de importación global desde el periodo 2014-2017 valorados en dólares americanos.

**Importaciones globales de industria cosmética**  
**Periodo 2014-2017**  
**Valorado en US\$**

<b>Países</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>EE.UU</b>	13,727,866	12,768,619	12,792,866	13,609,504
<b>Reino Unido</b>	1,141,206	1,174,594	1,180,693	1,203,566
<b>Alemania</b>	752,631	695,902	694,573	729,071
<b>Canadá</b>	552,546	529,503	530,343	519,925
<b>Japón</b>	504,544	428,569	465,921	474,394
<b>Países bajos</b>	347,789	326,084	338,839	472,735

**Tabla 4 Elaboración propia. Fuente: Trademap Año 2018**

Como se observa, el desarrollo de las importaciones a nivel mundial ha sido favorable para la industria cosmética, ya que el importe de los países ha aumentado con el pasar de los años, con algunas excepciones de variación con un monto mínimo, en el cual hubo un descenso de las importaciones mundiales para algunos países en algunos años, así mismo como hubo un gran aumento, sin embargo, se ha recuperado en valor en millones de dólares para el año 2016 y continúa aumentando dicho monto para el año 2017.

Los principales destinos de importación con más impacto a nivel global fueron los que vimos anteriormente en la tabla en el cuales sus porcentajes más altos en el mercado fueron: Estados Unidos del 2014 al 2017, con el primer lugar sus importaciones fueron de 10%, Reino Unido en los años 2016 al 2017, fueron más altos, sumados un 9.2% a nivel global. Alemania en el 2014 y 2015 de 5.5%, Canadá en el 2015 con 4.2% más alto, en Japón fue en el 2014 con un 3.7% y por último los países bajos en el año 2017 con 3.5%. (TRADEMAP, 2018)

Con relación a las exportaciones mundiales de esta industria, podemos apreciar el mismo índice positivo en cuanto a la generación de ingresos se refiere.

**Exportaciones globales de industria cosmética  
Periodo 2014-2017  
Valorado en US\$**

<b>País</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Alemania</b>	14,011,145	12,786,877	12,823,416	13,398,816
<b>EE.UU</b>	1,318,562	1,366,438	1,339,908	1,345,683
<b>Italia</b>	885,873	838,306	890,037	997,789
<b>Francia</b>	1,015,451	843,876	874,421	851,817
<b>Tailandia</b>	847,027	776,649	763,664	748,615
<b>Reino Unido</b>	532,940	505,985	538,836	551,856

**Tabla 5 Elaboración propia. Fuente: Trademap Año 2018**

Las exportaciones del sector han aumentado paulatinamente. Entre el año 2014 y 2015, se puede visualizar una variación desfavorable, sin embargo, en los años 2016 y 2017, se han identificado mejoras y un enfoque para el aumento de los valores mundiales del sector, por tanto, si se continúa estableciendo las estrategias para la demanda y oferta del sector, este podría aumentar o mantenerse positivo en los periodos venideros.

Los principales destinos de exportación con más impacto a nivel global fueron los que vimos anteriormente en la tabla en el cuales sus porcentaje más altos en el mercado fueron: Alemania que desde el 2014 al 2017 su participación en valores

al nivel global fueron de 10%, Estado Unidos con un máximo de 11.7% en el 2014, Italia con un máximo de 7.4% en el 2017, Francia con un máximo de 7.2% en el 2017, Tailandia con un máximo de 6% en el 2014 y Reino Unido en el 2016 con un máximo de 4.2%. (TRADEMAP, 2018)

## **Comercio Global de los productos de belleza capilares**

### **Mercado de productos de belleza capilar en Reino Unido**

El Reino Unido es un estado compuesto por cuatro países, por lo que la cultura, la economía, educación, idioma, tecnología y seguridad puede variar según el enfoque y perspectiva del mercado meta. Aun así, a continuación, se presentan algunos datos generales del sector:

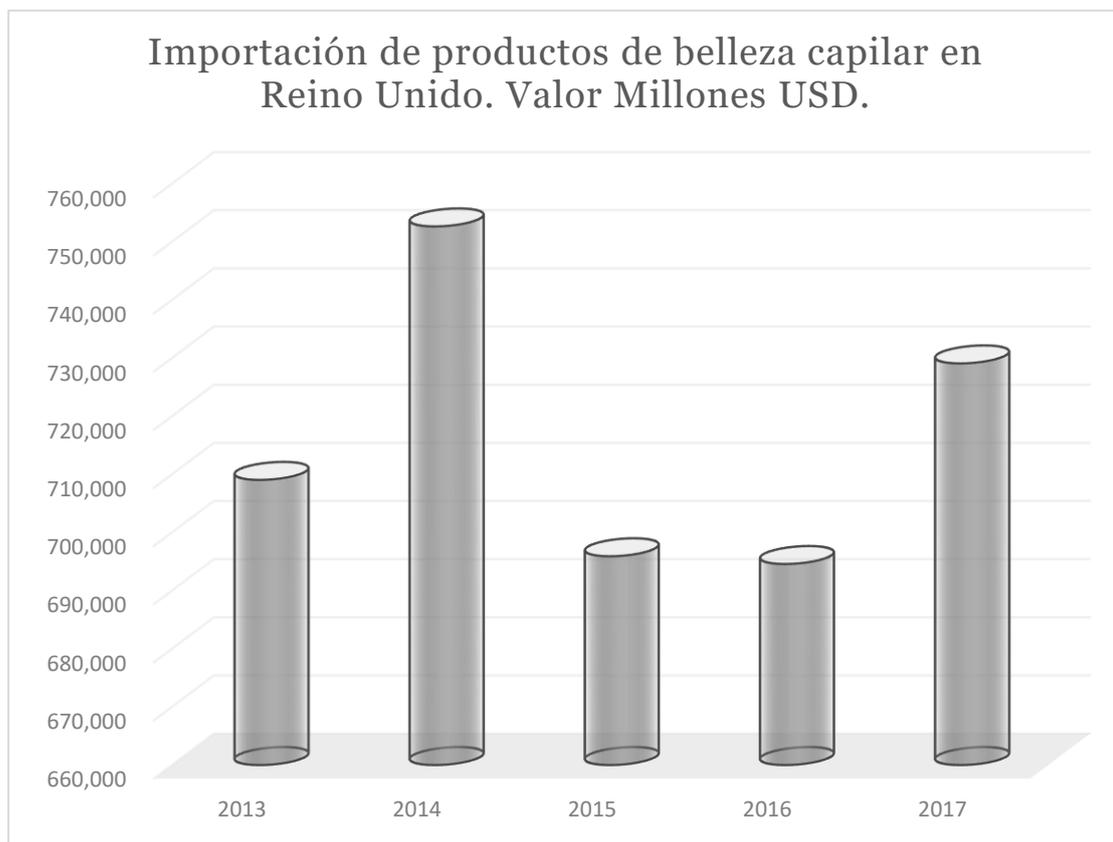
#### **Datos generales**

- Capital: Londres
- Países que lo conforman: Escocia, Gales, Inglaterra e Irlanda del Norte
- Idioma: inglés
- Moneda: Libra esterlina
- Presidente: Reina II del Reino Unido
- Primer ministro: Theresa May
- Población: 65.64 Millones. Año 2016

Con relación a la cultura de negocios, se prefiere negociar con ejecutivos senior, al asumir que la edad significa autoridad. Los ejecutivos ingleses no se caracterizan por preparar las reuniones con mucho detalle. Aunque la cultura británica es jerárquica, el trabajo en equipo es importante y antes de presentar una propuesta al directivo que tiene la atribución de decidir se alcanza un consenso entre las personas implicadas en el nuevo negocio. Los ingleses se

sienten más cómodos con propuestas que significan continuidad y estabilidad, que con las que implican innovación o cambio. (PROCOMER, 2009)

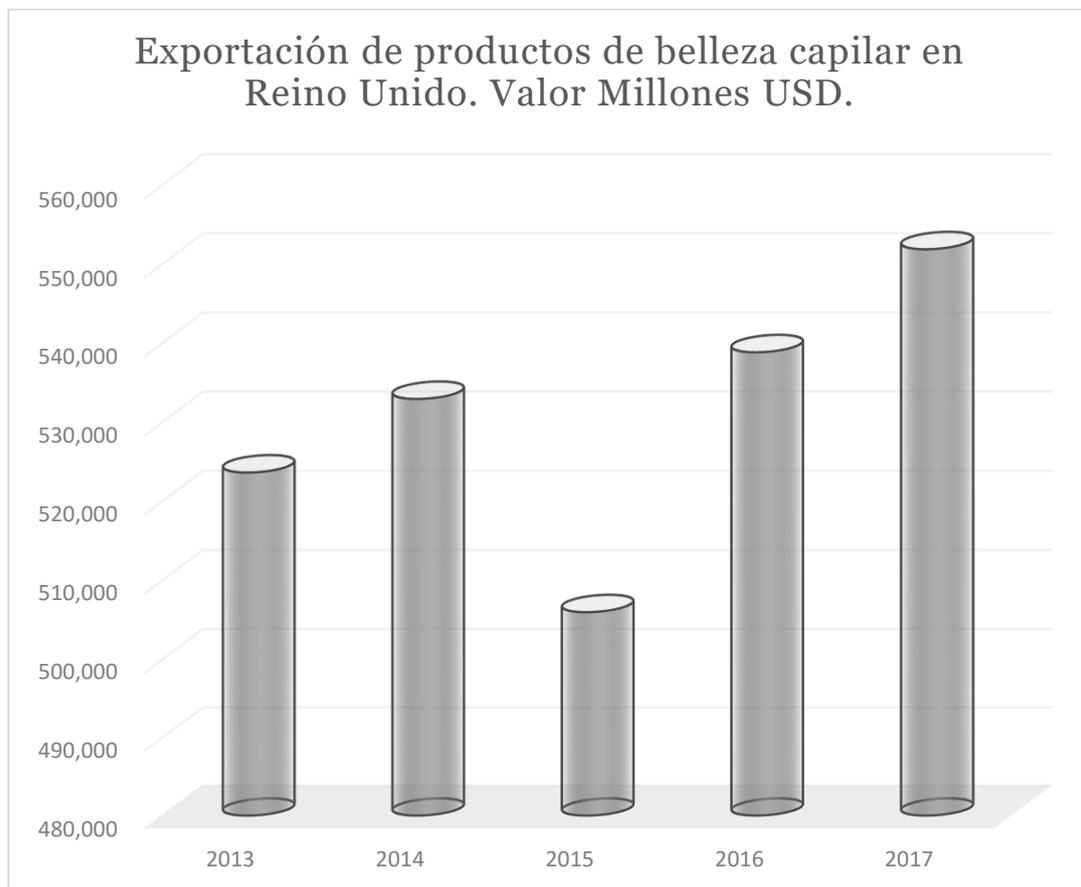
A continuación, se anexa tabla de importaciones de los productos de belleza capilar en Reino Unido:



**Tabla 6 Elaboración propia. Fuente: Trademap. Año 2018.**

Según lo observado, Reino Unido ha obtenido una notable participación en cuanto a la importación de productos de belleza capilares se refiere, ya que, en los últimos cinco años, el valor de las importaciones sobrepasa los 690,000.00 millones de dólares, provocando que este país se encuentre entre los primeros 5 países que más importan a nivel global. Cabe destacar que, de estos últimos años de exportación, en el año 2014, Reino Unido estimó importaciones por 752,631.00 millones de dólares y que en la actualidad (Año 2017) se estima que dicho país regrese a importar la misma o mayor suma.

Dicha afirmación se estima debido a que los años anteriores 2015 y 2016, han sido los años de menor importación del Estado. Aun así, visto el Ranking de países más importadores de Trademap, Reino Unido actualmente se encuentra en el 2do lugar de países en el mundo que más importan productos de belleza capilares.



**Tabla 7 Elaboración propia. Fuente: Trademap. Año 2018.**

Con relación a las exportaciones de Reino Unido, se observa un aumento significativo si se compara el año 2013 del año 2017. También se observa que el año de menores importaciones del rango de los últimos cinco años fue el año 2015. Sin embargo, el monto de exportaciones del año 2017 fue de 551,856.00 millones de dólares, lo que provoca que Reino Unido a nivel de exportaciones, se esté posicionado en el 9no. lugar de países a nivel global que más exportan los productos de belleza capilar.

Cabe destacar que, aunque las exportaciones estén en ascenso, las importaciones de este Estado son en valores mayores ya que las exportaciones no sobrepasan los 560,000.00 millones de dólares a diferencia de las importaciones que sobrepasan los 660,000.00 millones de dólares.

## **Requisitos para exportar hacia Reino Unido**

Para la exportación de los productos de belleza capilar, es necesario obtener una serie de documentos, los cuales son necesarios para que el trámite aduanal de la mercancía se pueda llevar a cabo de manera satisfactoria.

Es por esto por lo que se ha creado la siguiente tabla como guía a seguir en la que se describe el tipo de documento y la institución responsable de emitir el instrumento.

<b>Documento necesario</b>	<b>Institución que lo expide</b>
<b>Bill of Landing B/L</b>	Compañías de Transporte Internacional
<b>Factura comercial</b>	Empresa exportadora
<b>Peso bruto verificado VGM</b>	El embarcador de la mercancía
<b>Declaración Única Aduanera (DUA)</b>	Dirección General de Aduana DGA
<b>Certificado de origen</b>	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
<b>Certificado sanitario</b>	Ministerio de Agricultura (Depto. de Inocuidad programa PROVOFEX)
<b>Packing list</b>	Empresa exportadora
<b>Certificado circulación de mercancías EUR-1</b>	Dirección General de Aduana DGA

**Tabla 8 Elaboración propia. Fuente: DGA Año 2018**

A continuación, se describe cada documento a obtener:

- **Factura comercial:** es el instrumento utilizado por un comprador y vendedor donde se detalla claramente la venta del producto, lo cual obliga al vendedor entregar el bien y al comprador emitir el pago de dicho bien.

- Bill of landing B/L: en este caso, es el documento que indica que la mercancía irá a un puerto destino al igual que indica el estado de dicho producto
- Peso bruto verificado VGM: es el documento que indica el peso de la mercancía e incluye el peso de la mercancía más la masa del contenedor
- Certificado de origen: es emitido para indicar la procedencia de la mercancía, dígase que si esta proviene del país que la está comercializando.
- Certificado sanitario: como su nombre lo indica, es un documento que indica el estado de sanidad adecuado para la comercialización y uso de la mercancía.
- Packing list: dicho documento es emitido para describir lo que contiene cada caja en cuanto al producto se trata, dígase que cantidad contiene cada empaque.
- Certificado circulación de mercancías EUR-1: es el documento del cual gozan países que tienen algún acuerdo comercial con la Unión Europea y por tanto quien posea dicho documento, tiene el acceso a exportar productos con libre circulación.
- Declaración Única Aduanera (DUA): es el documento emitido por las instituciones aduaneras el cual indica la información concerniente a la declaración de importación y exportación de las mercancías.

## **CAPÍTULO IV. PERFIL DE PRODUCTOS DE BELLEZA**

### **CAPILARES**

## Capítulo IV. Perfil de productos de belleza capilares

### Mercado interno de los productos de belleza capilares

La industria de productos de belleza capilares en el mercado interno de República Dominicana empieza a abrirse paso en los mercados nacionales y sus exportaciones que crecen debido a una mejoría considerable en la calidad y presentación del producto. Dentro del mercado interno de productos de belleza están: champú, acondicionadores, alisados para pelos, aceites esenciales, gotas de brillo entre otros.

La industria cosmética de productos de belleza interno de República Dominicana se desarrolla como un segmento con gran potencial de crecimiento. Al mes de octubre de 2017, las exportaciones del área ascendieron a US\$33.4 millones, con una variación relativa de un 1.9% con relación al mismo periodo del 2016, cuando la cifra alcanzó los US\$32.8 millones, según la Dirección General de Aduana (DGA).

Los productos capilares con un valor de (US\$13.61 millones). Según los datos de la AIRD:

<b>Valor Interno productos capilares de belleza</b>			
2014	2015	2016	2017 Q1
US\$11,710,707	US\$14,868,945	US\$14,906,571	US\$4,404,310

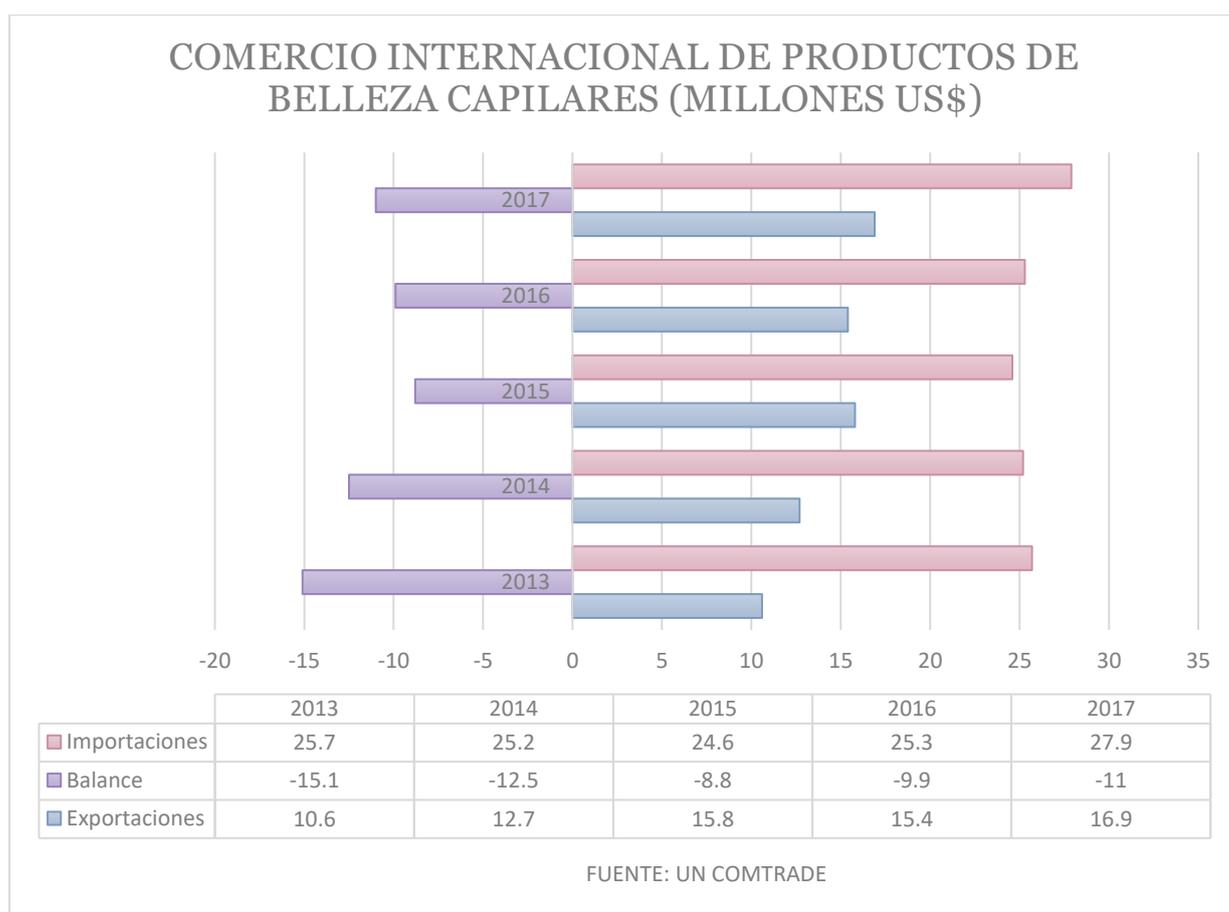
**Tabla 9 Elaboración propia. Fuente: AIRD Año 2018**

## Mercado externo de los productos de belleza capilares

Los República Dominicana exportó US\$112,6 millones en productos de belleza entre 2006 y 2010, datos registrado según el Perfil Sector Belleza 2011, elaborado por el Centro de Exportación e Importación de la República Dominicana (CEI-RD), de los cuales US\$11,2 millones, es decir, el 10% de las exportaciones.

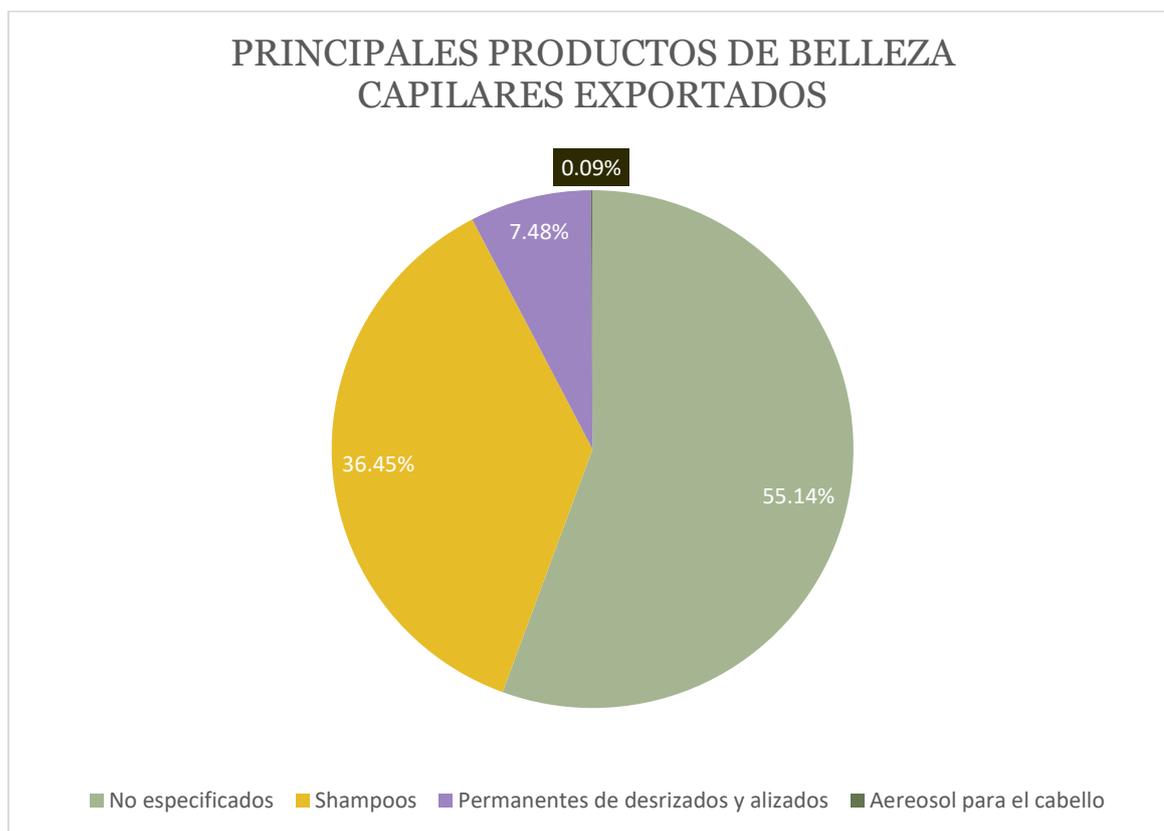
Dentro de este periodo los principales productos de belleza capilares exportados fueron los componentes vitamínicos para el cabello y los champús.

Las reseñas contempladas muestran el desempeño de estos productos antes de la creación del clúster de productos de belleza en el 2013 al 2017.



**Tabla 10 Elaboración propia. Fuente: (UNCOMTRADE, 2018)**

El comercio internacional de productos de belleza capilares en la República Dominicana se muestra desfavorable frente a las importaciones, sin embargo, las exportaciones muestran un crecimiento promedio de un 12,86% anual, el cual se ha sostenido a excepción del 2016.

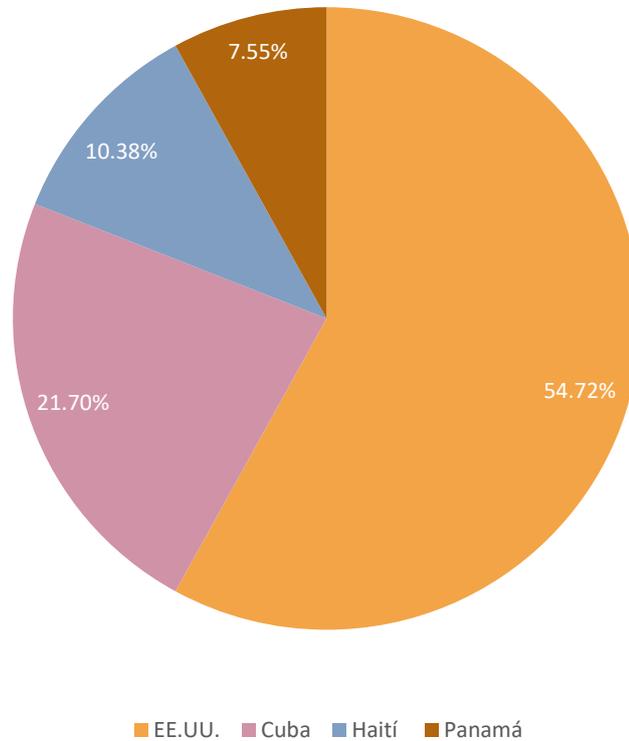


**Tabla 11 Elaboración propia. Fuente: (UNCOMTRADE, 2018)**

Más del 55% de los productos de belleza capilares exportados no están especificados en el sistema armonizado (HS) del comercio internacional, lo cual puede deberse que solo existen tres otras categorías aparte de la misma para este segmento.

En este grupo puede existir una gran variedad de productos con diferentes propósitos, algo que también es notable es la escasa producción de aerosoles para el cabello.

## PRINCIPALES SOCIOS EXPORTACIÓN PRODUCTOS DE BELLEZA CAPILARES



**Tabla 12 Elaboración propia. Fuente: (UNCOMTRADE, 2018)**

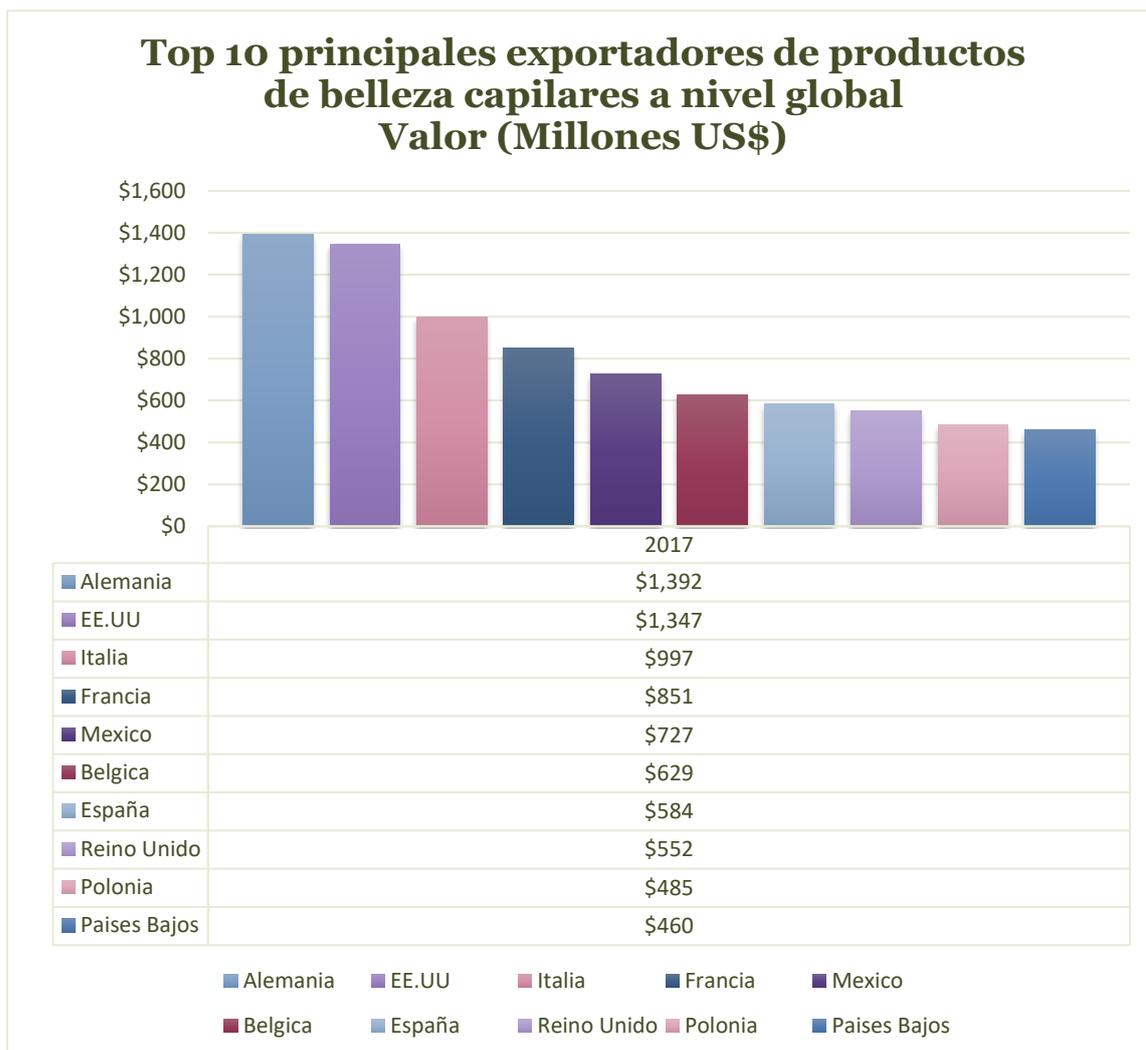
Según lo observado y obtenido de UNCOMTRADE, la gráfica anterior muestra que el mayor socio en la actualidad de los productos de belleza capilares para República Dominicana es Estados Unidos, seguido de Cuba, el cual se posiciona en segundo lugar. En el tercer lugar se encuentra Haití y el cuarto lugar se le otorga a Panamá, por lo que se determina que los principales socios de exportación se encuentran en Latinoamérica, exceptuando a Estados Unidos.

### **Exportaciones de productos de belleza a nivel internacional**

Los productos de belleza capilares han tenido un impacto significativo en la creación de varios peinados y tendencias a lo largo de la historia. Desde los antiguos egipcios, la apariencia física era muy importante para el proceso de

embalsamiento. El cabello a menudo se diseñó para mantener la individualidad del difunto. Se usaron sustancias como grasa, que hoy en día se conoce como gel para el cabello, para peinarlo y que quede como uno desea.

Sobre este aspecto, a continuación, presentamos informaciones de los 10 países principales exportadores de productos de belleza al año 2017.



**Tabla 13 Elaboración propia. Fuente: UNCOMTRADE**

El cuidado y estilismo de cabello en Alemania es uno de los sectores más importantes, con un número cada vez mayor de alemanes que buscan productos que maximicen el tiempo de permanencia del peinado de hecho, el cuidado del

cabello al menos implica el uso de productos que maximizan un aspecto limpio y profesional. Alemania junto a Estados Unidos representó más de US\$2.5 billones.

### **Precios nacionales e internacionales de productos de belleza capilares.**

Los precios de los productos de belleza capilares en el mercado son muy económicos, de tal manera que personas del exterior cuando vienen al país prefieren llevarse los productos directamente de aquí en su equipaje porque en el exterior, aunque tenga un precio parecido lo elevan demasiado, mantienen un precio competitivo y son muy bien aceptados por el mercado dominicano.

A continuación, se presenta tabla del precio promedio de dichos productos por unidad. Los productos que verán a continuación fueron seleccionados meticulosamente porque están certificados por el clúster de productos de belleza y debidamente etiquetados en cada producto capilar que este certificado a la venta.



**Ilustración 4 Sello de calidad de garantía. Fuente: AIRD**

## Precios nacionales

<b>Producto</b>	<b>Precio</b>	<b>Descripción</b>
<b>Gota de brillo Avena colágeno</b>	RD\$130	Componentes naturales, especial para cabellos dañados y secos.
<b>Gota de brillo Coco y romero</b>	RD\$130	Especial para cabellos dañados y secos, funciona como terapia de reparación.
<b>Gota brillo Canela/Romero</b>	RD\$130	Gota de proteínas para brindar más brillo al cabello con base de canela y romero.
<b>Gota brillo Macadamia</b>	RD\$130	Rejuvenecedor & energizante
<b>Leave In de brillo Avena colágeno</b>	RD\$156	Para uso después del lavado y secado, para brindar suavidad, brillo y textura.
<b>Leave In de brillo coco/Romero</b>	RD\$50	Reparación instantánea e hidratación
<b>Tratamiento avena/colágeno</b>	RD\$185	Hidrata y suaviza después del lavado
<b>Tratamiento profundo romero /canela</b>	RD\$185	Terapia de hidratación intensiva para cabellos secos y dañados
<b>Acondicionador avena &amp; colágeno.</b>	RD\$150	Hidratante y suavizante
<b>Acondicionador Romero y canela</b>	RD\$150	Acondicionamiento & crecimiento.
<b>Champú Romero &amp; canelo</b>	RD\$130	Terapia anticaída
<b>Champú coco &amp; Romero</b>	RD\$130	Terapia de hidratación & limpieza capilar
<b>Ampolla Macadamia &amp; argán</b>	RD\$500	Especial para cabellos rizados
<b>Ampolla Caída</b>	RD\$600	Reactivación cuero cabelludo

Tabla 14 Elaboración propia. Año 2018

## Precios Internacionales

<b>Producto</b>	<b>Precio</b>	<b>Descripción</b>
<b>Gota de brillo Avena colágeno</b>	US\$2.60	Componentes naturales, especial para cabellos dañados y secos.
<b>Gota de brillo Coco y romero</b>	US\$2.60	Especial para cabellos dañados y secos, funciona como terapia de reparación.
<b>Gota brillo Canela/Romero</b>	US\$2.60	Gota de proteínas para brindar más brillo al cabello con base de canela y romero.
<b>Gota brillo Macadamia</b>	US\$2.60	Rejuvenecedor & energizante
<b>Leave In de brillo Avena colágeno</b>	US\$3.12	Para uso después del lavado y secado, para brindar suavidad, brillo y textura.
<b>Leave In de brillo coco/Romero</b>	US\$1.00	Reparación instantánea e hidratación
<b>Tratamiento avena/colágeno</b>	US\$3.71	Hidrata y suaviza después del lavado
<b>Tratamiento profundo romero /canela</b>	US\$3.71	Terapia de hidratación intensiva para cabellos secos y dañados
<b>Acondicionador avena y colágeno.</b>	US\$3.00	Hidratante y suavizante
<b>Acondicionador Romero y canela</b>	US\$3.00	Acondicionamiento y crecimiento
<b>Champú Romero y canelo</b>	US\$2.60	Terapia anticaída
<b>Champú coco y Romero</b>	US\$2.60	Terapia de hidratación y limpieza capilar
<b>Ampolla Macadamia y argán</b>	US\$10.0	Especial para cabellos rizados
<b>Ampolla Caída</b>	US\$12.0	Reactivación cuero cabelludo

Tabla 15 Elaboración propia Año 2018

## **Costos de transportación**

Cada paleta estándar de productos de belleza saldría en \$250.00 US, lo cual indica un total \$2,500.00 US para llenar un contenedor de 20 pies con productos de belleza capilar, en cuanto al contenedor de 40 pies tiene capacidad de almacenar 21 paletas, que sería un monto de \$5,250 US.

En cuanto a los tanques, estos tienen un costo de \$200.00, y son transportados por otra vía que no son contenedores, lo que hace que su costo sea más elevado y contenga menos mercancía.

**CAPÍTULO V- REINO UNIDO Y REPÚBLICA  
DOMINICANA, SU RELACIÓN COMERCIAL**

## **Capítulo V- Reino Unido y República Dominicana, su relación comercial**

### **Cultura de negocios**

Existen algunas normas las cuales se deben de tomar en cuenta a la hora de entablar negocios con países foráneos. No cabe duda de que Reino Unido se conoce por ser un estado puntual y disciplinado en las negociaciones, sin embargo, la globalización y las demás culturas han ocasionado que se pierda un poco la forma disciplinada de negociar.

Aun así, existen algunas normas, las cuales serían favorable tener en cuenta para entablar negocios de forma satisfactoria y rentable

No hay que fiarse de las alabanzas, de las cuales debe huir y seguir con sus planes tal y como tenía previsto. Si elogian su exposición como "quite good" (excelente) es un buen tanto a su favor, pero no se confíe. Ellos no se suelen poner nerviosos, haciendo gala de la conocida como "flema británica". Son buenos negociadores y saben imponer su ritmo. (CEI-RD, 2016)

La forma de negociar de los británicos se resume de la siguiente manera:



Ilustración 5 Elaboración propia. Fuente: Cei-RD Año 2018

## PLECERTS Reino Unido

### Factor Político

#### Las Principales Fuerzas políticas y su presencia en las instituciones.

- ✓ **Forma de gobierno:** Reino Unido es una monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria. Está integrado por cuatro territorios llamados países constituyentes: Escocia, gales, autoridad de la gran Londres e Irlanda del norte.
- ✓ **Poder Ejecutivo:** la Reina es el jefe del estado. Ejerce tres derechos esenciales: ser consultada, asesorar y advertir.
- ✓ **Poder legislativo:** la asamblea es bicameral en Reino Unido. El parlamento está formado por la cámara de lores (cámara alta) y por la cámara comunes (cámara baja).

La cámara común está compuesta por 650 miembros elegidos por el sufragio universal uninominales de mayoría simple en principio de cada 5 años. Es decir, Reino Unido está dividido en 650 distractos electorales

La cámara de lores se rige por otra dinámica, esta no tiene un número fijo de miembros y estos no son elegidos democráticamente. Desde el 2010 esta cámara cuenta con 733 miembros designados para el puesto por el monarca a recomendación del primer ministro.

### **Principales Partidos Políticos:**

- Partido conservador
- Partido laborista
- Partido nacionalista escocés
- Partido demócrata liberal
- Partido ecologista
- Partido nacional gales
- Partido Irlanda del norte
- Democratic Unionist Party

### **Factor Legal**

El entorno legal de Reino Unido sus observaciones generales en el derecho consuetudinario tienen tres elementos claves a la hora de desarrollar un contrato: oferta y aceptación, consideración e intención para crear relaciones legales, para las leyes aplicable el Reino Unido se ha adherido a la convención de Viena sobre contratos internacionales. Los incoterms más usados por ellos son FOB, CFR y CIF, y el idioma base para los contratos es el inglés.

### Propiedad intelectual.

- ✓ **Organismos nacionales competentes:** Oficina de la propiedad intelectual del Reino Unido departamento de innovación empresarial y competencias.
- ✓ **Acuerdos Internacionales:** Miembro de la OMPI (Organización mundial de la propiedad intelectual y adherido a la convención de París).

### Legislación nacional y acuerdos internacionales.

Marco Legal	Periodo validez protección	Acuerdos firmados
Acuerdo EPA´s		
Constitution de la República		
Convenio de Kyoto Revisado		
Acuerdo GATT		
Patentes	20 años	Tratado de cooperación en materia de patentes (PCT)
Ley de patentes de 1977		
Marcas	10 años	Tratado sobre el derecho de marcas protocolo concerniente al arreglo de Madrid
Ley de marcas registradas 1994		
Diseño	5 años	
Ley de diseño de 1949		
Derechos de propiedad intelectual.	70 años excepto acuerdos tipográficos, donde son 25 años.	Convenio de Berna.
		Convenio para la protección de los productores de fonogramas.
Ley de derechos de autor, diseños y patentes de 1988		Convenio de Roma.
		Tratado de la OMPI sobre derecho de autor.

		Ejecución y fonograma.
--	--	------------------------

**Tabla 16 Elaboración propia. Fuente: (SANTANDERTRADE, 2018)**

### **Funcionamiento de la justicia**

<b>Igualdad de trato nacionales y extranjeros</b>	El Reino Unido posee un gran número de inmigrantes y de sus hijos de inmigrantes nacidos en el país quienes reciben el mismo de trato ante la ley.
<b>Idioma de la justicia</b>	Inglés
<b>Recurrir a un interprete</b>	En caso de proceso penal se debe disponer de un intérprete para personas que no entiendan bien o no hablen la lengua inglesa.
<b>Similitudes Legales</b>	El Reino Unido es una monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria, la principal fuente del país es el derecho consuetudinario que cuenta con la influencia del derecho romano y derecho moderno continental.

**Tabla 17 Elaboración propia. Fuente: (SANTANDERTRADE, 2018)**

Los diferentes códigos jurídicos usados en el Reino Unido son: el código penal inglés y la ley penal 1977, dentro de la cual también existen diferentes jurisdicciones las cuales son:

<b>Cámara de lores</b>	<b>Es el tribunal de apelación de última instancia</b>
<b>Tribunal de apelación</b>	Se divide en las salas de lo penal y de lo civil
<b>Tribunal superior</b>	Sala civil, sala de asuntos familiares y sala de cancillería
<b>Tribunal de la corona</b>	Se ocupa de delitos graves y apelaciones de sentencias
<b>Juzgado de paz</b>	Se ocupan de asuntos penales, demanda contra menores
<b>Juzgados de condado</b>	Se ocupa de la mayoría de los casos de familia y civiles
<b>Tribunales</b>	Apelación sobre inmigración, seguridad social, pensiones

**Tabla 18 Elaboración propia. Fuente: (UNIVERSIA, 2018)**

## Factor Educación

El sistema educativo del Reino Unido se divide en 4 etapas:

<b>Educación primaria</b>	<p>Se da de los 5 a 11 años y se imparte en las escuelas de educación primaria.</p> <p>Esta se divide en 2 ciclos (key stages) que van de 5 a 7 y de 7 a 11 años y se imparten asignaturas básicas como inglés, matemática, ciencias, geográfica, historia educación física y música</p>
<b>Educación secundaria</b>	<p>Es la última etapa de la educación obligatoria y va de los 11 años 16 de edad. Se imparte en institutos y está dividida en 2 ciclos, que van 11 a 14 y de 14 a 16.</p> <p>En este segundo ciclo los estudiantes deben elegir alrededor de diez asignaturas, el examen final de este periodo se llama general certificate of secondary education</p>
<b>Educación complementaria</b>	<p>Es la última etapa de la educación obligatoria y va de los 11 años 16 de edad. Se imparte en institutos y está dividida en 2 ciclos, que van 11 a 14 y de 14 a 16.</p> <p>En este segundo ciclo los estudiantes deben elegir alrededor de diez asignaturas, el examen final de este periodo se llama general certificate of secondary education</p>
<b>Educación Superior</b>	<p>Los principales estudios de grados son los undergraduate studies que otorgan títulos de ingeniero, licenciado o arquitecto con una duración de 3 a 4 años. Las clasificaciones se dividen en ordinaria y honorable</p>

**Tabla 19 Elaboración propia. Fuente:** (UNIVERSIA, 2018)

La profesión jurídica está compuesta jueces, jueces de la paz, abogados y notarios. Todos son de alto nivel asignados por el ministerio de justicia profesionales como profesores o empresarios y abogados que se encargan de la preparación legal del caso de manera correcta haciendo que los notarios se encarguen de trabajos de personas privadas y firmas comerciales que están relacionadas con el comercio internacional.

En el Reino Unido, la resolución de los conflictos internacionales la ley utilizada es la ley de arbitraje de 1996, ya que a nivel práctico resulta importante para las partes prestar debida atención a la flexibilidad de la ley de arbitraje para conseguir el mejor procedimiento de arbitraje posible para el contrato y el tema que se discute, mientras que la convención de Nueva York, Protocolo de Génova y la Convención de Ginebra son la conformidad de las leyes internacionales de arbitraje para luego venga el nombramiento de los árbitros, dentro de este proceso las partes pueden acordar el proceso de arbitraje así como las pruebas que serán presentadas dentro de dicho caso.

### **Factor Economía**

La economía británica es la sexta mayor del mundo, creció un 1.7% en el 2017, ligeramente menos que en el 2016. Con esto se prevé que para este 2018 y 2019, el crecimiento se estabilice en un entorno a 1.5%.

La economía del Reino Unido se ha visto afectada por las incertidumbres en torno a las negociaciones del Brexit. Ya que el Reino Unido votó por dejar la Unión Europea en junio del 2016. Desde entonces el gobierno ha negociado los términos de salida del país, lo cual pone una falta de claridad sobre el futuro y las relaciones comerciales.

### **Los principales sectores económicos de Reino Unido**

#### **Sector primario**

El sector primario representa únicamente el 0.7% del PIB británico. Altamente mecanizada, los principales productos de la agricultura británica son las patatas, la remolacha, el trigo y la cebada. La ganadería es también significativa, sobre

todo la ovina y la bovina, siendo uno de los grandes productores europeos de leche y sus derivados lácteos.

**Pesca:** la flota pesquera británica es la sexta por tamaño en la unión europea, y abastece cerca del 66% de las necesidades del mercado doméstico. En cuanto a la producción acuícola, está evolucionando positivamente en los últimos años

En Inglaterra y Gales hay, en estos momentos, 518 piscifactorías registradas dedicadas al cultivo de diversas especies de pescado y moluscos. Escocia, con 257 empresas, ostenta el primer puesto con un 80% de la producción total acuícola del Reino Unido, con especial protagonismo del cultivo del salmón. (ECONOMICA, 2018)

**Recurso Forestal:** El Reino Unido cuenta aproximadamente con 3,1 millones de hectáreas de bosque un 42% se encuentran en Inglaterra, un 45% en Escocia, el 10% en Gales y un 3% en Irlanda del Norte, lo que representa el 13% de la superficie total del país, una proporción pequeña en comparación con otros EEMM de la UE. De este total de bosque, unas 90.000 hectáreas son Administradas por la Forestry Commission, organismo que subvenciona la población y reforestación de árboles, la gestión de bosques controla el talado y fija estándares para la industria. La Forestry Commission desarrolla su cometido a través de dos agencias dependientes de la misma: la agencia Forest Enterprise, encargada de la gestión de los bosques y la Forest Research, responsable de la investigación y desarrollo. La producción silvícola británica sólo cubre el 15% de las necesidades del país en madera y derivados. (ECONOMICA, 2018)

## **Sector Secundario**

El sector secundario que incluyen las manufacturas, extracción de gas, petróleo, energía y servicios de agua, según datos de la oficina económica comercial de España Londres en 2015, el 20,2% del PIB. La estructura de la producción británica ha cambiado notablemente en los últimos 65 años, debido fundamentalmente a un cambio de orientación de las manufacturas a los servicios.

**Manufacturas:** Reino Unido es actualmente el noveno país del mundo más industrializado. Su fortaleza según la asociación del sector (EEF, por sus siglas en inglés), es respaldada por sus relaciones comerciales con la UE. De acuerdo con la oficina nacional de estadísticas (ONS) el 52% del valor agregado de las exportaciones británicas de manufacturas tuvieron como destino la UE en los doce meses hasta abril del 2016. En términos generales las manufacturas son responsables de que en el sector da empleo a unos 2.7 millones de personas. (ECONOMICA, 2018)

**Sector energético:** el sector energético ha tenido influencia muy significativa en la economía británica durante las últimas décadas, aunque la disminución en las reservas de pozos de petróleo y gas han rebajado su peso. La energía nuclear, que genera hasta 20% de electricidad nacional, su marcha del EUROATOM, proceso conocido como "Brexatom", tendrá, según los analistas un impacto significativo en el funcionamiento de la industria nuclear británica. (ECONOMICA, 2018)

**Materias primas y recursos:** La minería supone actualmente alrededor del 2% del PIB (2011 últimos datos disponibles). El carbón se extrae tanto de minas subterráneas como de minas a cielo abierto. La mayor parte del carbón producido

en Inglaterra proviene de las minas subterráneas. En Escocia la mayor parte del carbón se extrae de minas a cielo abierto. El tejido empresarial minero está dominado por las multinacionales. El sector minero en Reino Unido cuenta con una larga historia y tradición no exenta de polémicas sociales y medioambientales. UK Coal PLC es la mayor empresa de minería de carbón de Reino Unido, con una producción de aproximadamente 8,7 millones de toneladas de carbón al año (tanto en minas subterráneas como a cielo abierto) abastece el 4% de las necesidades energéticas del país, y posee reservas de más de 200 millones de toneladas de carbón. (ECONOMICA, 2018)

**Construcción:** en el Reino Unido, el sector de la construcción constituye elemento significativo de la economía. Es esta actividad económica ya que el sector público es un cliente importante. (ECONOMICA, 2018)

### **Sector Terciario**

El sector servicios es el que más aporta el PIB del país – un 78,8% del total (últimos datos disponibles), destacando entre ellos los servicios financieros al por mayor, la banca, gestores de patrimonios y las empresas de seguros que aportan el 28% de la generación de valor del país, una cifra que casi duplica la media europea. En el Reino Unido la importancia de las exportaciones de servicios es cada vez mayor con una ratio del 13%, superior al resto de países del G7.

### **Factor Religión**

En Reino Unido se practica el anglicanismo, el catolicismo y el metodismo, dominada por el cristianismo protestante, hasta el punto de seguir siendo la religión oficial del país.

## **Factor Tecnológico**

El sector tecnológico está cobrando un enorme protagonismo en el desarrollo de la economía a nivel global, principalmente en lo que respecta a los avances en robótica, informática, microelectrónica, telecomunicaciones y biotecnología.

Las inversiones en este mercado van en aumento, sobre todo en Asia, Norteamérica, Korea y Europa. En Europa, destaca Reino Unido, que goza de una gran fortaleza económica debido al desarrollo de su industria, que ha sabido adaptarse a los vaivenes del mundo, especializándose en sectores de alta tecnología, y en una alta formación de su capital humano.

Además de la producción de consumibles químicos, maquinaria y material de transporte, todos ellos con un potente crecimiento del sector tecnológico, Reino Unido está adquiriendo gran protagonismo debido a su tecnología financiera o “fintech”. En este entorno, el nacimiento de numerosas “Startup” es una realidad palpable, con oportunidades únicas para emprendedores con buenas ideas y novedosas propuestas. (BUSINESSGOON)

El desafío para quienes se integren en este prometedor sector tecnológico, radica en la necesidad de mantener un ritmo de innovación permanente y adaptarse a un mercado igualmente ágil y eficaz, dado que el ciclo de vida de los productos tecnológicos es muy corto, y obliga a generar ofertas con precios atractivos para los consumidores, más fácil de cumplir por las grandes corporaciones, mientras que los pequeños fabricantes deben conquistar a sus adeptos a base de talento, innovación y enfocándose en nichos de mercado muy específicos. (BUSINESSGOON)

## Factor Seguridad

Reino Unido ha sido considerado uno de los países más seguros en la Unión Europea.

## Análisis FODA del Reino Unido



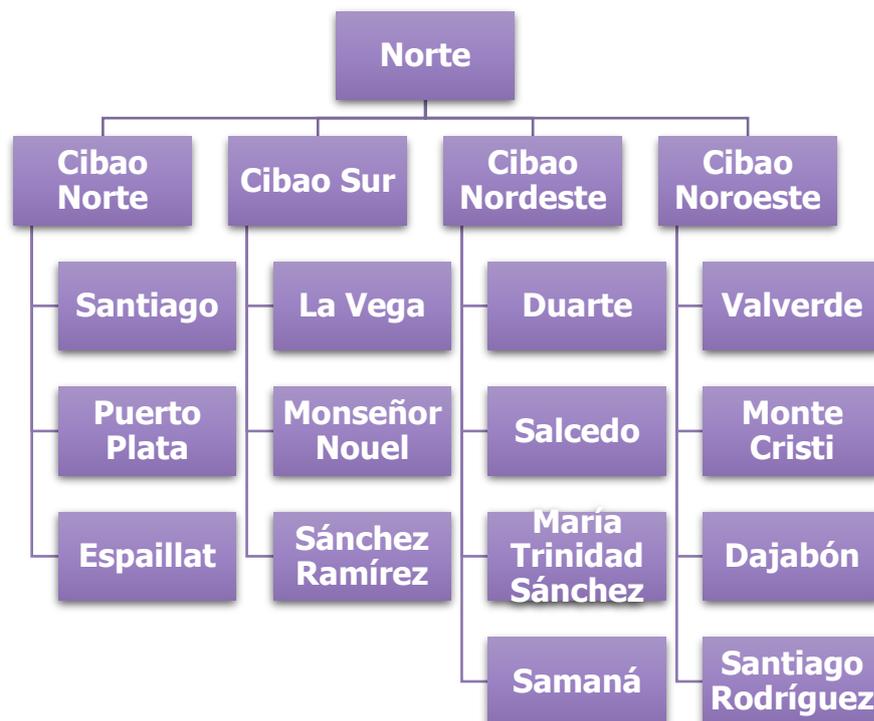
## **PLECERTS República Dominicana**

### **Factores políticos**

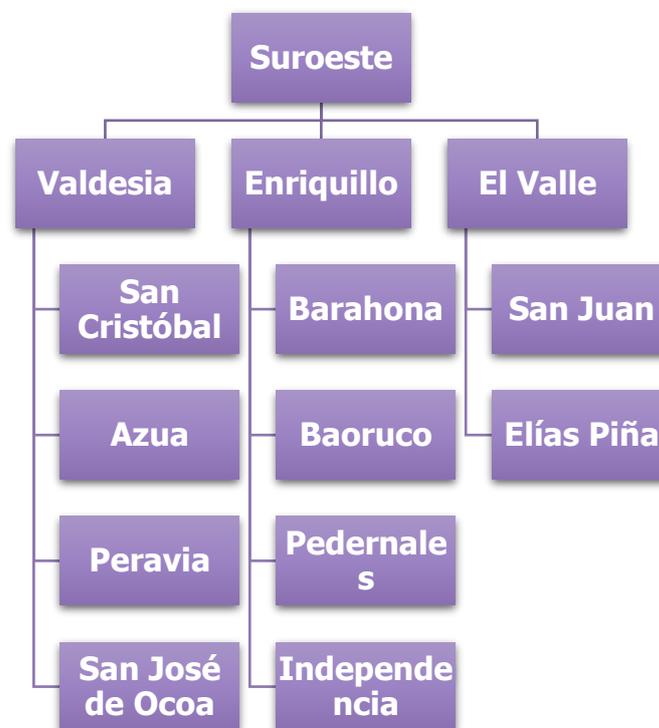
#### **División político - administrativa**

Para un régimen administrativo y controlado, según la Constitución de la República Dominicana se divide en provincias que a su vez se subdividen en municipios, teniendo también solo un distrito. Desde los años de la primera República independiente (1844), dicha división se ha actualizado de tal forma que se presenta de la siguiente manera: 3 Macro Regiones, 10 regiones y 32 provincias incluyendo en estas el Distrito Nacional.

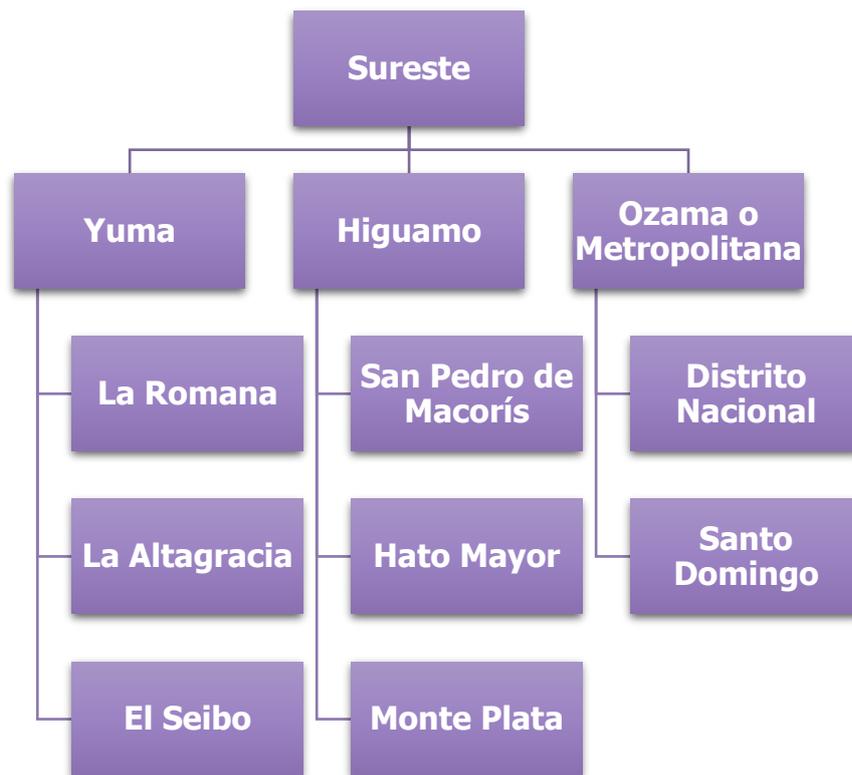
A continuación, se presenta el desglose político – administrativo:



**Tabla 20** División territorial por macro región, región y provincia. Elaboración propia. Fuente: ONE Año 2016



**Tabla 21** División territorial por macroregión, región y provincia. Elaboración propia. Fuente: ONE Año 2016



**Tabla 22 División territorial por macrorregión, región y provincia. Elaboración propia. Fuente: ONE Año 2016**

## **Factores legales**

Instituciones tales como el Centro de exportación e importación de la República Dominicana, se rigen por leyes y decretos, los cuales permiten al emprendedor de exportación de productos, tutelarse por las mismas para el apropiado comercio exterior. Algunas de estas leyes y decretos se presentan a continuación:

<b>Leyes de fomento a la exportación</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constitución de la República</li> <li>• Acuerdo Comercial Regional EPA</li> <li>• Ley 84-99 sobre reactivación y fomento de las exportaciones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley 488-08 Régimen regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las MIPYMES</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley 392-07 Competitividad e Innovación Industrial (Crea Proindustria)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley 3489 sobre el Régimen de las Aduanas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley 216-11 regula mercados en la frontera</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley 168 de 1967 que exonera el pago de arancel a vehículos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley 146-00, que modifica la Ley 14-93, que Aprueba el Arancel de Aduanas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley 110-13 para comercio y exportación de desperdicios de metales ferrosos y no ferrosos, chatarras, desechos de cobre, aluminio y sus aleaciones</li> </ul>

**Tabla 23 Elaboración propia Fuente (CEI-RD, 2018)**

<b>Decretos de fomentación a la exportación</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 646-96 que establece el "Formulario Único de Exportación" administrado por el Centro Dominicano de Promoción de Exportaciones; deroga el Artículo 2 del Decreto No. 377-92 del 18 de diciembre de 1992</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 618-05 que crea la Oficina Coordinadora (OC) de la Comisión Nacional de Negociaciones Comerciales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 58-05 dispone que en lo adelante el Instituto Dominicano de Tecnología Industrial (INDOTEC), se denominará Instituto de Innovación en Biotecnología e Industrial (IIBI)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 470-14 que dispone la implementación de un Sistema de Ventanilla Única de Comercio Exterior. G. O. No. 10789 del 6 de enero de 2015</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 334-05 que crea e integra el Consejo Presidencial de Fomento a las Exportaciones Nacionales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 287-15 que incorpora al Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, al Comité Consultivo del Sistema de Ventanilla Única de Comercio Exterior. G. O. No. 10813 del 2 de octubre de 2015</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No.284-12 que establece el Reglamento de Aplicación de la Ley No.488-08, que crea un régimen regulatorio para el</li> </ul>

desarrollo y competitividad de las micro, pequeñas, y medianas empresas (MIPYMES).G.o.No.10677 del 19 de junio de 2012
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 248-98 que crea el Sistema Integrado de Ventanilla Única de Comercio Exterior.(G. o. No. 9988, del 13 de julio de 1998)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 2288, que autoriza al Centro de Promoción de Exportaciones, CEDOPEX, hoy CEI-RD, para expedir a nombre del Gobierno Dominicano, el Certificado de Origen requerido para permitir la entrada de productos nacionales a otros países.(G. o. No. 9273, del 19 de Agosto de 1972)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 222-00 que autoriza la emisión de Bonos de Compensación Tributaria por RD\$20,000.000.00 para los fines indicados en la Ley No.84-99 sobre Reactivación y Fomento de las Exportaciones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 222-00 que autoriza la emisión de Bonos de Compensación Tributaria por RD\$20,000.000.00 para los fines indicados en la Ley No.84-99 sobre Reactivación y Fomento de las Exportaciones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 174-09 Creación Mesa Presidencial de Fomento a las Exportaciones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 164-14 que establece el Reglamento de la Ley No. 110-13, para el comercio y exportación de desperdicios de metales ferrosos y no ferrosos, chatarras, desechos de cobre, aluminio y sus aleaciones. G. O. No. 10756 del 26 de mayo de 2014</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 144-05 que crea la Comisión Presidencial para la Modernización y Seguridad Portuaria</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 123-01 que crea e integra el Consejo Nacional de Comercio Exterior (CONACEX)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No.111-10 que crea el Consejo Nacional de Vegetales de Exportación, para regular todo lo concerniente a la producción, procesamiento, comercialización y exportación de vegetales y otros</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto No. 1108-01 que modifica los Artículos 17 y 18 del Reglamento No. 140-98, para la Aplicación del Título 111, del Código Tributario de la República Dominicana</li> </ul>

**Tabla 24** Elaboración propia. Fuente: (CEI-RD, 2018)

## **Factores económicos**

Después de las investigaciones arrojadas por el Banco Mundial, se determina como panorama general que la República Dominicana ha aumentado la tasa de crecimiento económico.

Este estatus proviene de las estadísticas relacionadas a la tasa de desempleo y pobreza, las cuales han disminuido el porcentaje según los años desarrollados.

Cabe destacar que el porcentaje de crecimiento también se designa del aporte del 4% del PIB para la educación de los ciudadanos. Adicionalmente se han mejorado los esfuerzos en la facilidad para hacer negocios. Asimismo, se pretende desarrollar cuatro proyectos que ayudaran a la mejora económica del país, estos son:

- Área de educación
- Protección social
- Energía
- Línea de contingencia u opción de desembolso diferido ante catástrofes

En cuanto a las oportunidades de mejora se espera la búsqueda de estrategias y/o proyectos que colaboren con la disminución de la deuda actual del país, para que así exista mayor enfoque concerniente al desarrollo del capital humano. Es por esto que el gobierno se rige de las alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales e internacionales como lo son el Banco Mundial, el cual ha colaborado con el financiamiento de proyectos como los mencionados anteriormente.

El Banco Mundial se enfoca en presentar buenas noticias para los lectores acerca del país. Entre los avances menciona:

- RD entre las 50 economías del mundo donde el comercio transfronterizo es más fácil. Se encuentra al nivel de economías de altos ingresos de la OCDE. La reducción del número de documentos para las importaciones y exportaciones y la eliminación de la lista de empaque (*Packing List*). Junto a Jamaica y Trinidad y Tobago, RD fue parte de las economías de Latinoamérica que más reformas implementaron según el informe global

de Doing Business 2015. RD muestra un avance significativo a las mejores prácticas globales en la regulación de los negocios. (Banco Mundial, 2014)

En definitiva, gracias al amparo de instituciones como en Banco Mundial, se puede apreciar que el desarrollo económico de la República Dominicana es notorio en las áreas de educación y pobreza. También, el patrocinio presentado por el Banco Mundial, indica que el país se ve como posible punto de inversión extranjera, por los avances en el clima de negocios que se está presentando.

El país podría lograr avances aún más significativos si se concretan reformas importantes que se están trabajando. El gobierno ha cambiado su relación con el sector privado, lanzando varias iniciativas de diálogo público-privado con el objetivo de mejorar la competitividad y el ambiente de negocios del país, notablemente a través del Foro del Crecimiento del Caribe. (Banco Mundial, 2014)

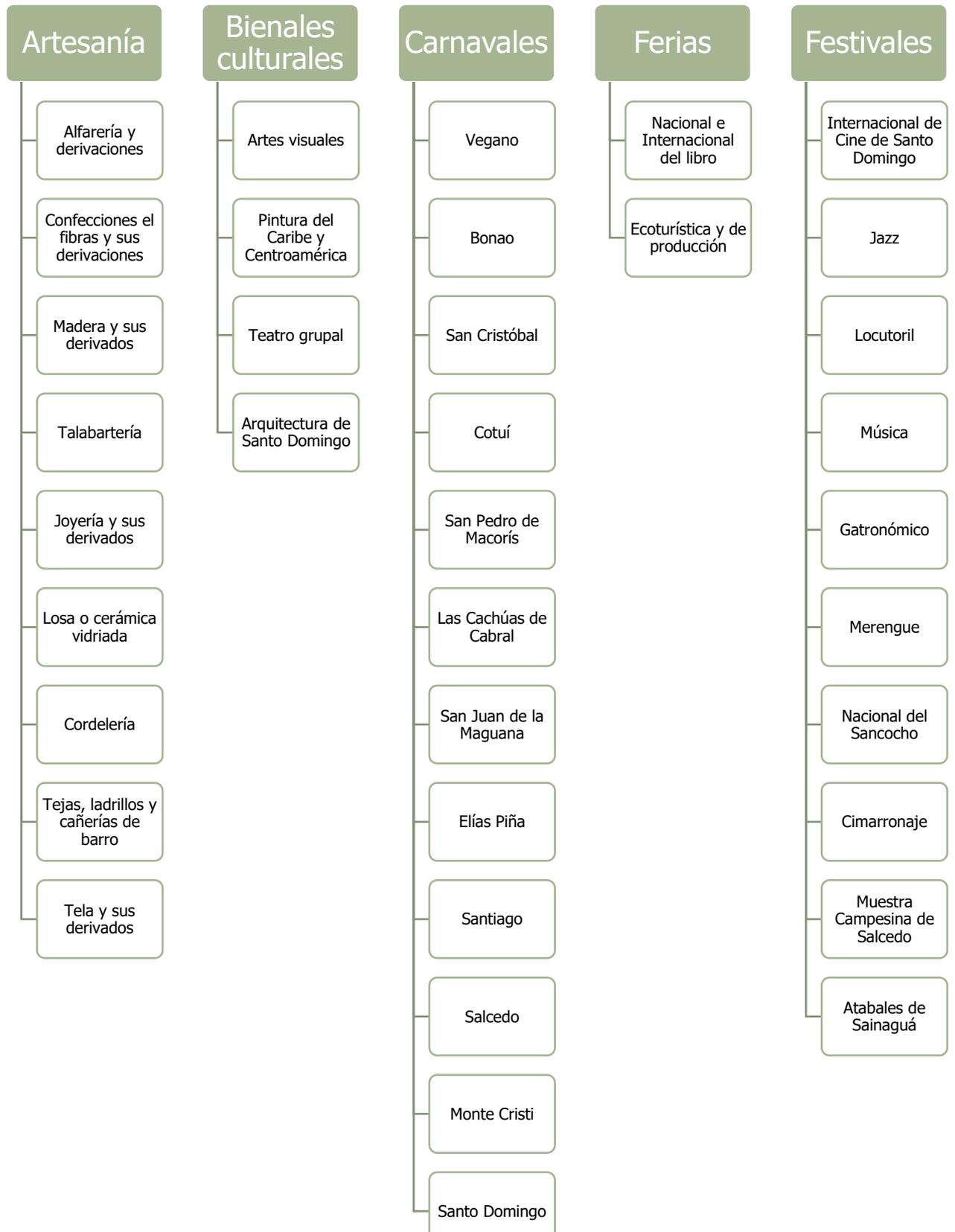
## **Factor cultura**

La cultura dominicana cuenta con instituciones de fomento a las raíces del país. Tal es el caso del Ministerio de cultura, organismo encargado de crear actividades inclinadas el desarrollo y creación de normas referentes lo que material cultural hace referencia. Entre los servicios que este posee se encuentran:

- Campamentos infantiles
- Permisos para fotografiar áreas culturales del país (ejemplo: Fortaleza Ozama)
- Permisos para exhibir obras creadas en el Museo del Arte
- Visitas infantiles al Museo de las Casas Reales
- Diversos proyectos culturales

- Fondo destinado al estímulo y creación tanto cultural como artística
- Agenda cultural abierta para todo público que desee acceder mediante el portal Website

En el área cultura se menciona como parte de las raíces dominicanas:



**Ilustración 6** Elaboración propia Fuente: OEI. Año 2018

## **Factor educación**

La educación en República Dominicana muestra avances de crecimiento según un artículo reciente del Ministerio de Educación en cual se presentan logros en el aumento de nómina de los docentes. También se encuentra la evaluación del desempeño docente y el proyecto de politécnicos educativos para los estudiantes al igual que una campaña llamada Docentes por excelencia, para motivar a estudiantes que les atraiga la carrera del magisterio. Así mismo se encuentran proyectos como:

- República Digital Educación
- Enfoque en las familias y la sociedad en general
- Creación de un foro Nacional estudiantil
- Establecimiento de nuevas metas para el año 2018 que colaboren con el desarrollo educativo
- Jornada escolar extendida (a partir del año 2018)

“También el próximo año lanzaremos proyectos muy novedosos como Televisión Educativa, que va a ser un recurso poderoso para seguir fortaleciendo las competencias del currículo a través de este medio masivo de comunicación. Igualmente, el programa República Digital que comenzó ahora, una de las grandes novedades del 2017; pero para el 2018 irá alcanzando su verdadera magnitud en todo el sistema educativo”, indicó Navarro. (Ministerio de Educación, 2017)

## Factor Religión

En la constitución dominicana se informa que los ciudadanos tienen el libre acceso a elegir cual es la religión o creencias a las cuales desean pertenecer. Aun así, se presenta a continuación el porcentaje según el área:

Religión	Criados en la religión católica	Después de decidirse al catolicismo
<b>Católicos</b>	94%	57%
<b>Protestantes</b>	48%	23%
<b>Sin calificación religiosa</b>	41%	18%

**Tabla 25** Elaboración propia. Fuente: Pew Research Center (El dinero, 2015)

La tabla presentada anteriormente muestra en resumen que, aunque los ciudadanos dominicanos decidan cambiar de religión, el porcentaje creyente ha continuado siendo mayor para los católicos y que el porcentaje menor se presenta para los ciudadanos sin una creencia específica.

## Factor Tecnología

La tecnología es creada para hacer más cómoda la labor del hombre. En general, las personas han incursionado en proyectos de innovación y desarrollo que con el pasar de los años han permitido que la elaboración de las tareas sea más fáciles y efectivas de hacer.

En el caso de la República Dominicana, el país se ha enfocado en estar a la vanguardia del uso de la tecnología para el desarrollo de actividades cotidianas como por ejemplo la venta de productos mediante un sistema contable automatizado. Toda tecnología va de la mano de la innovación según el área de desarrollo y por esto es de suma importancia que el país enfoque sus esfuerzos en

mejorar el uso de la tecnología en la mayor parte del comercio tanto nacional como internacional.

República Dominicana ha logrado incorporar más de un tercio de la población a la conexión a internet, además a principios del 2014, se realizó la primera cirugía robótica exitosa, por parte de médicos dominicanos en el Hospital Metropolitano de Santiago (HOMS), entre otros avances tecnológicos concernientes a la medicina.

Es importante resaltar, que la intervención de un mayor número de empresas extranjeras, incluso las de Zonas Francas, han permitido la incorporación de maquinarias y procedimientos más avanzados que han hecho la actividad productiva de ciertos sectores más eficiente, generando un mayor valor agregado a la economía dominicana. (Peguero, 2016).

Asimismo enfatizar además que, nuestra aduana desde la implementación del SIGA, Sistema Integral de Gestión Aduanera ha dado saltos cualitativos para realizar todo proceso de registro, de declaración de mercancía al permitir adjuntar la documentación vinculante a la transacción comercial y generar la hora de liquidación de los derechos e impuestos para realizar el pago en línea con los bancos comerciales enlazados al sistema informático, reduciendo tiempo y costos operativos, como muestra de la facilitación y agilización del comercio.

### **Factor seguridad**

República Dominicana cuenta con un grupo de instituciones gubernamentales creadas para el beneficio del ciudadano ante cualquier eventualidad de peligro que perjudique su bienestar, entre ellas:

- Ministerio de Defensa

- Administración de Riesgos Laborables ARL
- Centro de Operaciones y Emergencias
- Consejo Nacional de la Seguridad Social CNSS
- Dirección Central de Investigaciones Criminales Dicrim
- Dirección Nacional de Control de Drogas DNCD
- Dirección Nacional de Investigaciones
- Fundación Justicia y transparencia
- Poder Judicial
- Policía Nacional de la República Dominicana
- Seguro Nacional de la Salud SeNaSa
- Sistema Nacional de Atención a Emergencias y Seguridad 911
- Superintendencia de Pensiones SIPEN

## Análisis FODA de República Dominicana



## **Acuerdo EPA y su relación con República Dominicana y Reino Unido**

Gracias al Acuerdo de Asociación Económica EPA República Dominicana goza del beneficio de comerciar con la Unión Europea mediante el acceso de bienes al mercado. Cabe destacar que dicho acuerdo posee altas y bajas. Sin embargo, son más los beneficios que las desventajas ocasionadas con la creación de dicho acuerdo.

Este acuerdo abrirá nuevos mercados para esas empresas que estén dispuestas a competir con estándares de calidad requeridos, de modo que puedan aprovechar las oportunidades de exportar sus productos a mercados europeos y que ingresen libre de aranceles. (Beato, 2013)

Dicho acuerdo está enfocado para que tanto los países participantes del EPA como la Unión Europea se enfoquen en:

- Cooperación multilateral de desarrollo
- Creación de actividades alusivas al desarrollo de los países integrados
- Apoyo multilateral de los países miembros
- Desarrollo del sector privado de los países miembros
- Diversidad en las exportaciones

Cabe destacar que, por el momento tanto República Dominicana como Reino Unido gozan de los beneficios que ha traído consigo este acuerdo, sin embargo se debe tomar en cuenta que para futuras negociaciones, aproximadamente a partir del año 2019, hay que considerar la idea de crear algún acuerdo bilateral o bien buscar la forma de crear lazos comerciales intrínsecos ya que la salida del Reino Unido (Brexit) de la Unión Europea puede generar la desventaja de que los productos exportados posean mayor gravamen aduanero y por tanto dichos productos ya no contengan preferencias arancelarias.

## **Requisitos para la importación de productos de belleza capilares desde RD hacia el mercado europeo**

La importación de productos por el Reino Unido debe ser filtrado por una serie de certificados y/o requisitos que avalen que, en primera instancia, el producto sea de calidad y que el mismo no sea nocivo para los ciudadanos. En el caso de los productos de belleza, los mismos a pesar de los requerimientos mencionados anteriormente, no pueden ser testados por animales. A continuación, se presentan los requisitos de importación:

- Documento de embarque
- Factura comercial de la mercancía con triple copia
- Bill of Landing o Air Bill
- Certificado de origen
- Certificado fitosanitario
- VGM Peso bruto verificado de la mercancía
- Revisión del departamento de salud en aduanas
- Reducción de desperdicio de empaque de la mercancía
- Certificaciones de calidad en el proceso de producción
- Productos etiquetados con la información de los productos, descritos en idioma multilingüe, dígase inglés y español.
- REACH REACH – “The Registration, Evaluation y Authorisation of Chemicals” (Registro, Evaluación y Autorización de las Sustancias Químicas) es una regulación europea que tiene que ver con la seguridad de las sustancias químicas. Se aplica a todas las sustancias químicas que se manufacturan o se importan dentro de la Unión Europea, e incluye algunas

sustancias naturales y algunas otras que se utilizan en los cosméticos.  
(Oficina Comercial de ProChile, Londres, 2011)

## **AIRD- Asociaciones de Industrias de República Dominicana y el clúster de productos de belleza dominicano**

En República Dominicana existe una institución creada por agrupaciones de emprendedores de diferentes áreas industriales del país desde el 7 de abril de 1962. Dicha asociación, conocida como AIRD se crea de la idea de que juntos son más, ya que con su aporte contribuyen al desarrollo industrial y económico del país.

La Asociación de Industrias de la República Dominicana, Inc. (AIRD), es la agrupación industrial más grande e importante de la República Dominicana, conformada por los más importantes subsectores industriales del país, como son: Sector Alimentos y Bebidas, Agroindustria, Textil, Calzado, Acero y Metales, Plásticos, Energía, Construcción, Farmacéutico, entre otros; la AIRD representa a su vez a un gran número de asociaciones industriales regionales y sectoriales, lo que la convierte sin lugar a dudas en la asociación con mayor nivel de representatividad del sector industrial dominicano. (AIRD, s.f.)

Entre los sectores mencionados anteriormente se encuentra el cosmético, en el cual dicha institución ha apoyado mediante la creación del Clúster de belleza dominicano, el cual como es visto en este trabajo de investigación, ha ocasionado un aporte benéfico para el país en cuanto a economía se refiere. El enfoque de la creación del clúster se deriva del fomento a las exportaciones que está obteniendo República Dominicana y dicha unión provoca que las industrias del área sean más competitivas e innovadoras. Dicha agrupación se rige de un plan que consta de 5

factores para el manejo correcto y desarrollo de la creciente industria. Los componentes son:



**Ilustración 7 Elaboración propia. Año 2018. Fuente: AIRD**

Los 5 factores presentados en la figura anterior más el monitoreo y el enfoque de las Pymes que forman parte del clúster, han ocasionado que aumente el nivel de exportaciones y competitividad de los productos que lo conforman según los años posteriores a su creación.

### **PYMES y el aporte al clúster de belleza**

El clúster de belleza dominicano es conformado por unas 45 empresas dominicanas en el área de los cosméticos y el cuidado personal, según los últimos informes presentados por AIRD. Dentro de esas Pymes se encuentran reconocidos laboratorios los cuales también han decidido apostar por el sector

cosmetológico como generador de economías de escala para las empresas que se involucren en esta industria.

Existe un listado actual de 31 empresas mencionadas en los reportes de AIRD con relación a la reintegración del sector y nueva directiva del clúster para el periodo 2016-2018. Entre ellas se encuentran:

Boé Dominicana	Kapril Industrial	Empresas Nell	Laboratorios Unión
Farbel	Laboratorio Rivas	Gala, S.A.	Halka Industrial
Industria de Productos Químicos y Cosméticos	Industria Keravit	Inversiones y Negocios INESA	Laboratorio Capilo Español
Laboratorio Carolina	Laboratorios Dr. Collado	Laboratorios J. M. Rodríguez	Doctores Mallen Guerra
Laboratorios Lemuel	Laboratorios MK	Laboratorio Chemprod	Laboratorio Henna Queen
Laboratorio Key	One Two One	Laboratorio Q y S	Royste
Schuca	Star Products Laboratories	Laboratorio E y M	Elichem Dominicana
Lab. Greit Oil	Laboratorio Crom	Laboratorio San Luis	

**Tabla 26 Elaboración propia. Año 2018. Fuente: AIRD**

Las Pymes y el aporte al clúster han ocasionado la creación de ventajas que consisten en la asociación de estas para ser más competitivas en el mercado nacional e internacional.

Entre las ventajas se mencionan:

- Disminución de los costos, tanto de exportación como producción
- Resolución de problemas de forma conjunta
- Innovación
- Internacionalización de las marcas y los productos que lo conforman
- Economías de escala con la creación de acuerdos de cooperación múltiple
- Resolución de situaciones adversas
- Disminución de costos

- Mejoras de calidad del entorno y de los productos
- Diseño y monitoreo de planes de formación para todos los eslabones
- Mayor ventaja competitiva con la innovación y nuevas ideas
- Aprovechamiento de la tecnología e innovación

Uno de los objetivos del clúster es el fomento de las exportaciones para las Pymes que lo conforman. Es por esto por lo que existen iniciativas creadas para el logro de los objetivos que han colaborado con el éxito de las exportaciones que, según las cifras, van aumentando en cada periodo. Entre las decisiones enfocadas al comercio exterior y las empresas del clúster se encuentran:

- Programa de certificación de calidad
- Planes de compras conjuntas
- Programa de empresas tractoras
- Estudios de mercado
- Misiones comerciales y B2B (Business to Business)
- Planificaciones estratégicas
- Programa de exportación (se trabaja con las industrias un plan personalizado de exportación)
- Programa de mejora de procesos (eficientización de las empresas y procesos estandarizados)

Gracias al aporte de dichas iniciativas, se han cometido logros que han favorecido el clúster, de forma que se continúa eficientizando la agrupación para la mejora continua de su competitividad en el mercado. Entre los logros se destacan:

- Inclusión de nuevos miembros
- Diplomado de gestión de calidad

- Auditoría de recertificación de los laboratorios con el sello de calidad (Portal industrial de la República Dominicana, s.f.)
- Acreditación de 10 laboratorios con la garantía del Sello de Calidad del Clúster (Portal industrial de la República Dominicana, s.f.)
- Difusión del Clúster y el Sello de Calidad
- Colaboración en Ferias nacionales e internacionales
- Creación de la norma NORDOM 71:8-003 Cosméticos (Directrices en buenas prácticas de manufactura BPM) (Portal industrial de la República Dominicana, s.f.)
- Creación de la norma NORDOM 71:8-002 Cosméticos bienes y servicios etiquetado para productos de cuidado personal e higiene (Portal industrial de la República Dominicana, s.f.)
- Creación de Reglamento Técnico sobre procedimientos simplificados para el registro sanitario de productos cosméticos, de higiene personal y del hogar. (Portal industrial de la República Dominicana, s.f.)

**CAPÍTULO VI. ASPECTOS METODOLÓGICOS Y ANÁLISIS  
DE RESULTADO**

## **Capítulo VI. Aspectos metodológicos y análisis de resultado**

### **Tipo de investigación**

El diseño del presente estudio tiene como característica ser una investigación descriptiva y de inferencia inductiva a través del empleo de datos cuantitativos y cualitativos, debido a que los objetivos han sido establecer una descripción lo más completa posible de los indicadores económicos y de comercio internacional, así como los factores controlables y no controlables que podrían ser de relevancia para la actividad estudiada, dígase exportar productos cosméticos al Reino Unido.

Por la naturaleza del trabajo de grado se considera una investigación cualitativa ya que esta arroja sucesos que presentan características complejas en su medio natural por el tipo de información descrita. Cabe destacar que la exploración se basa en fuentes tanto primarias como secundarias, debido a la información obtenida por las diferentes instituciones gubernamentales, artículos, libros y recientes encuestas

### **Método de investigación**

Se planteó un problema de estudio delimitado y concreto. La investigación se basa en estudios previos, se examina hipótesis para someterlas a prueba mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados, se determinan variables para medirlas mediante la utilización de métodos estadísticos y se establece una serie de conclusiones respecto a la hipótesis.

La presente investigación tiene un diseño no experimental, descriptivo debido a que se observara los fenómenos tales como se dan en su contexto natural, como los datos de las exportaciones de productos de belleza capilares para después

analizarlos, se explica perfectamente “cómo es” o “cómo está” la situación de la variable que se está estudiando en dicha población, que para el presente estudio es: “viabilidad comercial”, al igual que con enfoque transversal, ya que se estudiará la variable “viabilidad comercial” en un determinado momento.

También se valdrá de fuentes documentales y de entrevistas abiertas a algunos de los representantes de las instituciones ya mencionadas, estas informaciones ayudarán con elaboración, investigación y análisis del tema. Tomando en cuenta que existen diversos tipos de investigaciones, entre ellas la exploratoria, descriptiva, correlacionar y explicativa. El tipo de investigación de este proyecto es la exploratoria debido a que este tipo de investigación muestra una visión general, de forma aproximada, respecto a una determinada realidad o tema desconocido del cual existen preguntas ya que es un tema desconocido o poco estudiado.

### **Investigación de campo: Encuesta**

Para el análisis de esta investigación, se ha basado en la creación de una encuesta para una muestra de 50 personas del sexo femenino, para promediar la percepción de la muestra en cuanto al conocimiento, la calidad y uso del prototipo de algunas líneas de belleza capilar pertenecientes a las empresas que forman parte del Clúster de belleza dominicano.

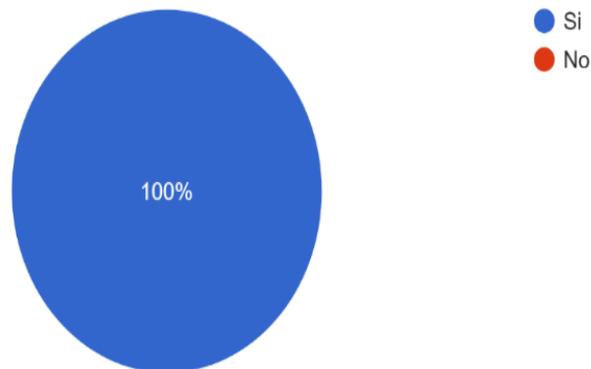
### **Resultados de la encuesta**

Ulteriormente generada la investigación de campo apoyadas en las tecnologías de la información y la comunicación, se crearon graficas pertenecientes a las preguntas para así analizar los datos que han formado información relevante y específica para este proyecto de grado.

A continuación, se presenta un resumen de la encuesta:

1. Consume productos de belleza capilar (Dígase Shampoo, tratamiento, acondicionador, leave-in, etc)?

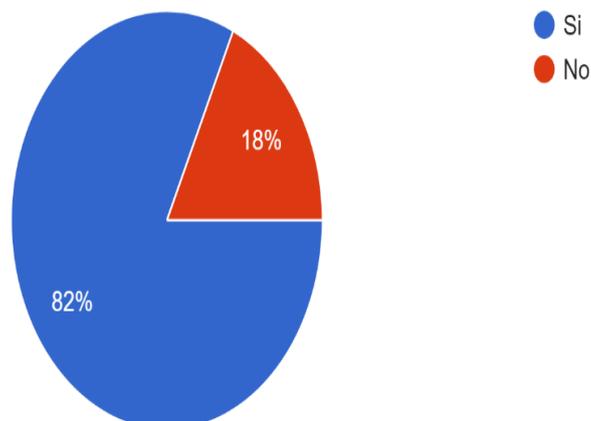
50 respuestas



**Ilustración 8 Elaboración propia. Año 2018**

2. Conoce la existencia de empresas dominicanas que producen productos de belleza capilar?

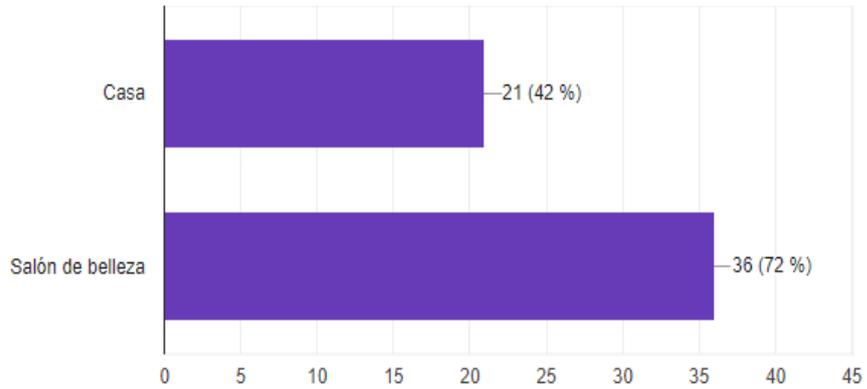
50 respuestas



**Ilustración 9 Elaboración propia. Año 2018**

### 3. En cual lugar es que más utiliza los productos de belleza capilar?

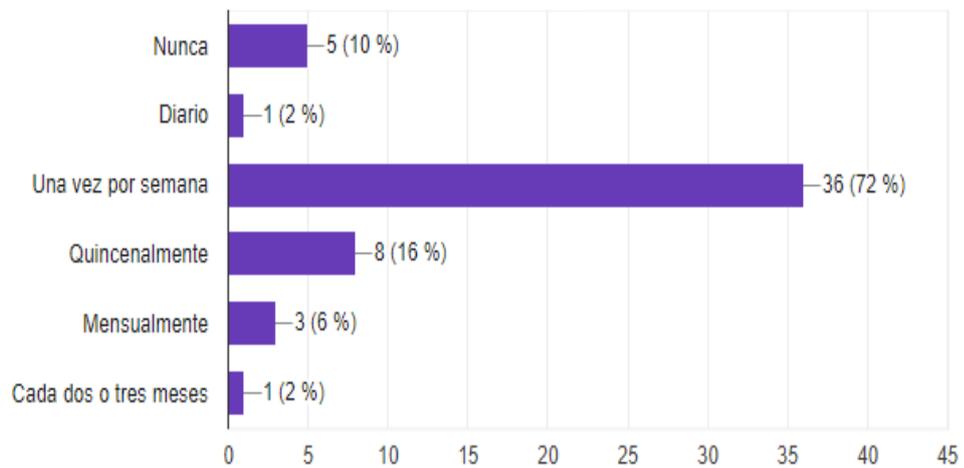
50 respuestas



**Ilustración 10** Elaboración propia. Año 2018

### 4. Con que frecuencia visita el salón de belleza?

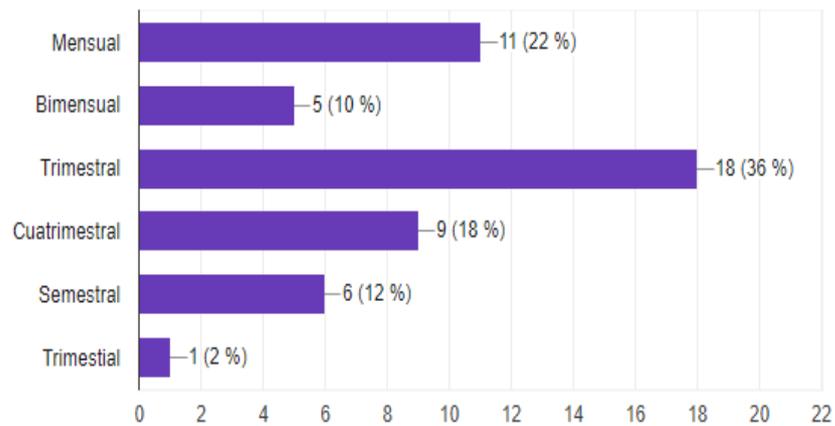
50 respuestas



**Ilustración 11** Elaboración propia. Año 2018

## 5. Con qué frecuencia compra productos de belleza capilar?

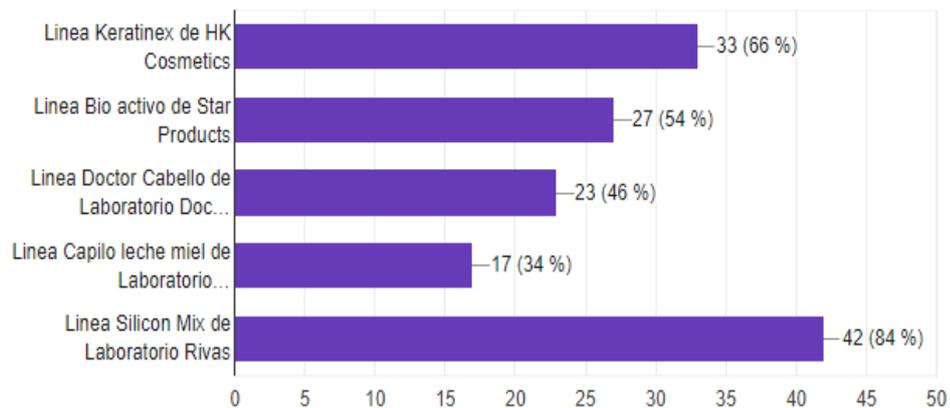
50 respuestas



**Ilustración 12** Elaboración propia. Año 2018

## 6. Conoce alguna de estas marcas, seleccione las conocidas

50 respuestas



**Ilustración 13** Elaboración propia. Año 2018

## 7. Según sus elecciones anteriores, cuál o cuáles utilizaría?

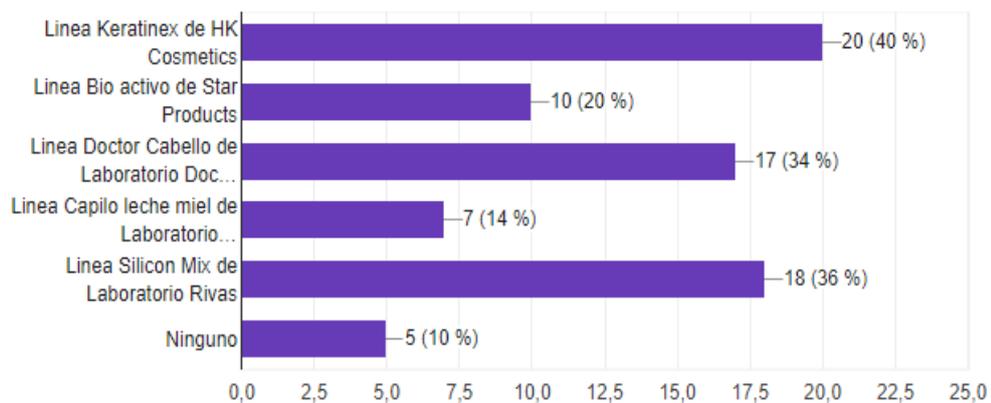
50 respuestas



**Ilustración 14** Elaboración propia. Año 2018

## 8. Según su percepción de la marca, cuáles considera o pudiera considerar como productos de calidad?

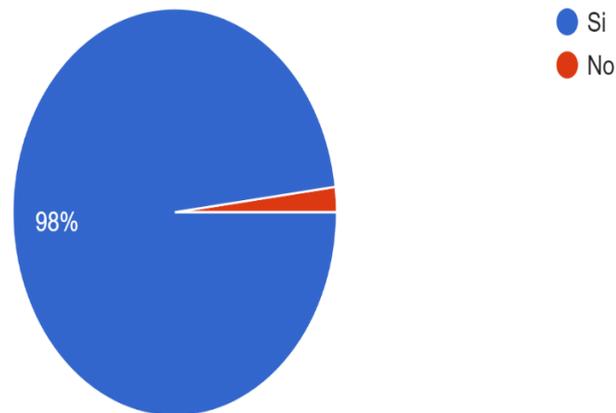
50 respuestas



**Ilustración 15** Elaboración propia. Año 2018

9. Considera posible que alguna de estas marcas obtengan éxito en el mercado internacional?

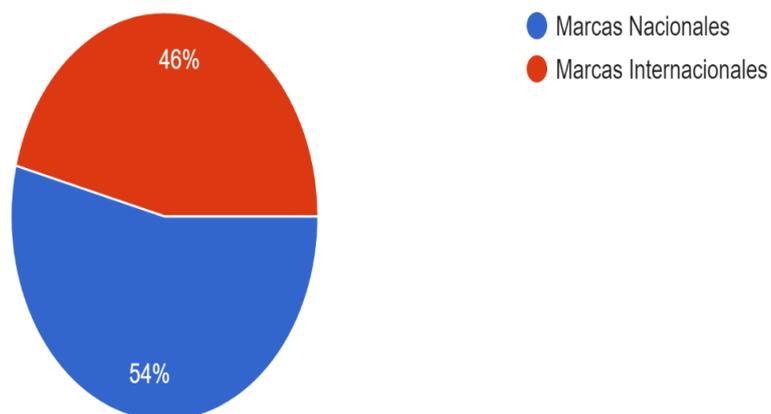
50 respuestas



**Ilustración 16** Elaboración propia. Año 2018

10. Para el cuidado de su cabello, Cuáles productos prefiere utilizar?

50 respuestas



**Ilustración 17** Elaboración propia. Año 2018

## **Análisis de resultados**

Según los datos presentados anteriormente se puede describir que la muestra posee una aceptación de los productos de belleza capilar de empresas dominicanas. Esta afirmación proviene del hecho de que el 82% de la muestra sabe de la existencia de dichas Pymes. También se puede afirmar que la muestra utiliza los productos de belleza capilar en los salones de belleza en un porcentaje de un 72% y que la frecuencia de la visita es en un periodo de una vez por semana.

Cabe destacar que la compra de la muestra de los productos de belleza capilar es de forma trimestral, ya que la muestra reflejó este lapso en un 36%, porcentaje que arroja ser el mayor de los calificados.

La muestra indicó conocer la mayoría de las líneas capilares de empresas dominicanas, siendo la línea Keratinex de HK Cosmetics y Silicon Mix de Laboratorio Rivas ser las dos primeras más conocidas por la muestra, con valores de un 66% y 84%.

Asimismo, la muestra indicó considerar de calidad de forma aceptable la mayoría de las marcas, siendo la Línea HK Cosmetics y Laboratorio Rivas las mayormente consideradas por valores de un 40% y 36%.

Por último, las gráficas presentan que la muestra posee aceptación de un 54% con los productos de belleza capilar dominicanos y consideran posible el éxito de estos en el mercado internacional en un 98%.

## **Conclusión**

Esta investigación que se realizó ha llegado a las siguientes conclusiones: Según el análisis de viabilidad de la comercialización de productos de belleza capilares dominicanos en el Reino Unido. Caso: clúster de productos de belleza dominicano, año 2018. Se pudo observar que el Reino Unido es un país flexible con su economía, se beneficia bastante de sus exportaciones e importaciones con el cual es factible para la República Dominicana exportar los productos de belleza capilar hacia el Reino Unido.

Se pudo verificar que los principales productos de belleza capilar más exportados hacia Reino Unido son: Champú, Acondicionador, Gotas, Ampollas y Mascarillas. Cabe destacar que es un país bastante desarrollado a nivel de los productos de belleza y cuidado personal. La República Dominicana en el comercio internacional de productos de belleza capilar en las exportaciones se muestra cada año con un promedio que va aumentando cada día más.

El Reino Unido ha obtenido una notable participación en la importación de productos de belleza capilar, en los últimos 5 años el valor de sus exportaciones sobrepasan 690,000.00 millones de dólares los cuales crecen cada día más y la República Dominicana aporta y empieza a abrirse paso con mayor fuerza debido a la mejoría considerable y de calidad del producto brindado en ese mercado, se desarrolla como un segmento de gran potencial en crecimiento, precios competitivos con los del Reino Unido y muchos más asequibles a las propias líneas que tienen allá prefiriendo las de República Dominicana y que están dentro del estándar de calidad del clúster de belleza dominicano.

En los análisis realizados se identificaron ventajas y desventajas, siendo la principal ventaja que Reino Unido posee una de las economías más dinámicas del

mundo, dispone de un mercado con millones de consumidores. También mediante el análisis realizado se pudo confirmar que ambos países pueden negociar ya que ambos saldrán ganando. República Dominicana es un socio importante para el Reino Unido por sus productos de belleza capilar que tienen para ofrecer ya que son eficientes y cumplen con los estándares de calidad.

Las informaciones presentadas dan por sentado que ambos países tienen ventajas en el comercio internacional. República Dominicana ha avanzado en el área de productos de belleza capilar y Reino Unido ha avanzado en la comercialización e importación de productos de belleza capilar. Cada uno posee una ventaja competitiva frente a los demás países, por lo que la demanda de importación de productos de belleza que posee Reino Unido puede ser abastecido por la oferta de los productos de belleza capilar dominicano, por lo tanto, puede ser factible la comercialización de productos de belleza capilares dominicanos.

## **Recomendaciones**

Se recomienda crear una investigación de mercado de Reino Unido para tomar en cuenta cuál sería la apertura y que línea de productos capilares del clúster de belleza dominicano pueda ser anfitrión de comercialización de Reino Unido.

Así mismo que dicha línea cuente con la debida gestión de mercadeo y publicidad para que el producto sea llamativo y reconocido por el mercado europeo. También mantener los estándares de producción y calidad para que el abastecimiento sea eficiente para este mercado foráneo.

También que el producto exportado pueda ser asequible por los consumidores europeos, ya que, si este posee precios bastante elevados que los nacionales, puede que no cumplan con la accesibilidad y compra de los ciudadanos.

Por último, crear estrategias de fidelización, ya que es muy importante generar lealtad hacia los productos para que obtengan el éxito en Reino Unido.

## Bibliografía

- AIRD. (s.f.). *Quiénes somos*. Obtenido de Portal Industrial de la República Dominicana: <http://www.portalindustrial.net/index.php/aird/quienes-somos/que-es-la-aird>
- Alba, N. B. (30 de 08 de 2014). *Clúster de Logística Internacional*. Obtenido de Acento: <https://acento.com.do/2014/opinion/8169384-cluster-de-logistica-internacional/>
- ALVAREZ, Y. (17 de 1 de 2018). *ELDINERO*. Recuperado el 20 de 9 de 2018, de WWW.ELDINERO.COM:  
<https://www.eldinero.com.do/53396/industria-cosmetica-abre-un-mercado-de-oportunidades-para-republica-dominicana/>
- Banco Mundial. (17 de Noviembre de 2014). *Cuatro avances en el clima de negocios en República Dominicana*. Obtenido de Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2014/11/17/cuatro-avances-clima-negocios-republica-dominicana>
- Beato, N. (29 de Agosto de 2013). *El EPA, Acuerdo Comercial*. Obtenido de Aduanas digital: <https://aduanasdigital.gob.do/2013/08/29/el-epa-acuerdo-comercial/>
- BUSINESSGOON. (s.f.). *BUSINESSGOON.COM*. Recuperado el 2 de 10 de 2018, de BUSINESSGOON: <https://www.businessgoon.com/tecnologico-uk/>
- Cañas, I. E. (7 de Septiembre de 2013). *Racionalidad Ltda*. Obtenido de <https://racionalidadltda.wordpress.com/2013/09/07/joseph-stiglitz-la-informacion-y-el-cambio-de-paradigma-en-economia/>

Ceballos, L. (16 de 9 de 2018). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de Comercioyaduanas:

<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioraduanas/que-es-comercio-internacional/>

CEI-RD. (Julio de 2016). *Perfil comercial Reino Unido - 2016*. Obtenido de Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana CEI-RD:

<http://rtm.adv.do/gobierno/cei-rd-wordpress/wp-content/uploads/2017/06/Perfil-comercial-de-Reino-Unido-2016.pdf>

CEI-RD. (1 de 6 de 2017). *CEI-RED*. Recuperado el 14 de 5 de 2018, de

<http://www.cei-rd.gov.do>: [http://www.cei-rd.gov.do/estudios\\_economicos/estudios\\_productos/perfiles/sector\\_belleza.pdf](http://www.cei-rd.gov.do/estudios_economicos/estudios_productos/perfiles/sector_belleza.pdf)

CEI-RD. (10 de Octubre de 2018). *Marco Legal*. Obtenido de Centro de exportación e importación de República Dominicana: <https://cei-rd.gob.do/sobre-nosotros/marco-legal/>

CIRERA, M. (7 de 12 de 2015). *ELIBERICO*. Obtenido de ELIBERICO.COM:

<https://www.eliberico.com/un-nuevo-panorama-religioso-en-reino-unido/>

Datos macro. (s.f.). Obtenido de <https://www.datosmacro.com/paises/uk>

ECONOMICA, O. (1 de 1 de 2018). *INFORME ECONOMICO*. Recuperado el 1 de

10 de 2018, de INFORME ECONOMICO: <file:///C:/Users/Facturacion/Downloads/Informe%20economico%20y%20comercial%20Reino%20Unido.pdf>

ECONOMIPEDIA. (11 de 05 de 2015). *ECONOMIPEDIA.COM*. Obtenido de  
ECONOMIPEDIA: <http://economipedia.com/que-es-economipedia>

El dinero. (5 de Abril de 2015). Catolicismo pierde espacio entre los cristianos dominicanos. *El dinero*, págs.  
<https://www.eldinero.com.do/10911/catolicismo-pierde-espacio-entre-los-cristianos-dominicanos/poblacion-catolica-dominicana/>. Obtenido de  
<https://www.eldinero.com.do/10911/catolicismo-pierde-espacio-entre-los-cristianos-dominicanos/poblacion-catolica-dominicana/>

Espinosa, R. (22 de 10 de 2017). *ROBERTOESPINOSA.ES*. Obtenido de  
ROBERTOESPINOSA: <https://robertoespinoza.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos/>

GUZMAN, M. (9 de 5 de 2018). *MK.COSMETICOS*. Recuperado el 18 de 9 de 2018,  
de [WWW.MK.COSMETICOS.COM](http://WWW.MK.COSMETICOS.COM):  
<https://www.mkcosmeticos.com/single-post/2018/05/09/Ven-potencial-en-RD-para-exportar-productos-de-belleza-org%C3%A1nicos>

IDEPA. (4 de 10 de 2018). *IDEPA.ES*. Recuperado el 17 de 9 de 2018, de  
[WWW.IDEPA.ES](http://WWW.IDEPA.ES): <https://www.idepa.es/innovacion/clusters/que-es-un-cluster>

INNOBASQUE. (1 de 6 de 2017). *INNOBASQUE.COM*. Recuperado el 15 de 9 de 2018,  
de [WWW.INNOBASQUE.COM](http://WWW.INNOBASQUE.COM):  
<https://www.innobasque.eus/microsite/cultura-de-la-innovacion/article/los-mayores-clusters-de-innovacion-del-mundo-estan-en-territorios-de-reducido-tamano/>

- INSTITUTO NACIONAL DEL PETROLEO. (27 de Abril de 2008). *CLUSTER: CASOS EXITOSOS EN EL MUNDO*. Obtenido de CLUSTER DEL PETROLEO Y GAS:  
<http://clusterpetroleoygas.blogspot.com/2008/04/cluster-casos-exitosos-en-el-mundo.html>
- MILLAN, N. (2 de 4 de 2014). *eltiempo*. Obtenido de [www.eltiempo.com](http://www.eltiempo.com):  
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13770821>
- Ministerio de Educación. (29 de Diciembre de 2017). *Andrés Navarro destaca grandes avances del sistema educativo durante el año 2017*. Obtenido de Ministerio de Educación:  
<http://www.ministeriodeeducacion.gob.do/comunicaciones/noticias/andres-navarro-destaca-grandes-avances-del-sistema-educativo-durante-el-ano-2017>
- Oficina Comercial de ProChile, Londres. (Septiembre de 2011). *Estudio de Mercado cosméticos en el Reino Unido*. Obtenido de Pro Chile:  
[https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files\\_mf/documento\\_09\\_21\\_11173447.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_09_21_11173447.pdf)
- OMC. (12 de Abril de 2018). *Noticias*. Obtenido de Organización mundial del comercio: [https://www.wto.org/spanish/news\\_s/pres18\\_s/pr820\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/news_s/pres18_s/pr820_s.htm)
- OMC. (1 de 4 de 2018). *wto.org*. Obtenido de [www.wto.org](http://www.wto.org):  
[https://www.wto.org/spanish/res\\_s/statis\\_s/tradeserv\\_stat\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/tradeserv_stat_s.htm)
- Peguero, J. (25 de Julio de 2016). *La tecnología, el crecimiento económico y República Dominicana*. Obtenido de Analytica. Inteligencia económica y

estrategica: <https://www.analytica.com.do/2016/07/la-tecnologia-el-crecimiento-economico-y-republica-dominicana/>

POLANCO, M. (6 de 3 de 2018). *M.EL CARIBE*. Recuperado el 17 de 9 de 2018, de [WWW.MELCARIBE.COM.DO](http://WWW.MELCARIBE.COM.DO):  
<https://m.elcaribe.com.do/2018/03/06/panorama/dinero/la-belleza-genera-negocio-y-muchos-empleos-en-la-rd/>

Portal indrustial de la República Dominicana. (s.f.). Obtenido de <http://www.portalindustrial.net/index.php/desarrollo-empresarial/encadenamientos-productivos/clusteres/belleza>

PROCOMER. (Febrero de 2009). Obtenido de Promotora del comercio exterior Costa Rica:  
<http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Informacion%20de%20Pais%20Reino%20Unido.pdf>

Rubio, M. T., Neira, M. A., Jiménez, F. J., y Roca, M. G.-B. (2004). *Cuestiones básicas de macroeconomía aplicada*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

SAFEROUD. (2 de 10 de 2018). *SAFEROUND*. Obtenido de SAFEROUND.COM:  
<https://safearound.com/es/europe/united-kingdom/>

SANTANDERTRADE. (1 de 7 de 2018). *SANTANDERTRADE*. Recuperado el 4 de 10 de 2018, de [WWW.SANTANDERTRADE](http://WWW.SANTANDERTRADE.COM):  
<https://es.portal.santandertrade.com/establecerse-extranjero/reino-unido/entorno-legal>

TRADEMAP. (12 de 4 de 2018). *TRADEMAP*. Recuperado el 9 de 20 de 2018, de [WWW.TRADEMAP.ORG](http://WWW.TRADEMAP.ORG):

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3||||3305||||4|1|1|1|2|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||3305||||4|1|1|1|2|1|2|1|1)

UNIVERSIA. (2018). *UNIVERSIA.ES*. Recuperado el 5 de 10 de 2018, de UNIVERSIA.ES: <http://www.universia.es/estudiar-extranjero/reino-unido/sistema-educativo/estructura-sistema-educativo/193>

## ANEXOS











